

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Vliv světové krize na hospodaření cestovní kanceláře

The impact of Global Crisis on Economy of a Travel Agency

Student: Tereza Dlugošová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Stibůrková Alena

Ostrava 2013

Zadání bakalářské práce

Student: **Tereza Dluhošová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R020 Ekonomika podniku
Specializace: 01 Ekonomika podniku
Téma: **Vliv světové krize na hospodaření cestovní kanceláře**
The Impact of Global Crisis on Economy of a Travel Agency

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretické vymezení problému světové krize a charakteristika ekonomického subjektu
 3. Analýza hospodaření společnosti ve vymezeném časovém intervalu
 4. Definování problémových míst ve vztahu k hospodářské krizi
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratek
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- JUREČKA, Václav a kol. *Makroekonomie*. Praha: Grada, 2010. 332 s. ISBN 978-80-247-3258-9.
- KISLINGEROVÁ, Eva. *Podnik v časech krize: jak se dostat do potíží a jak se dostat z potíží - zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. Praha: Grada, 2010. 206 s. ISBN 978-80-247-3136-0.
- SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla: po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. 2. vyd. Praha: 65. pole, 2012. 367 s. ISBN 978-80-87506-10-3.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Alena Stibůrková**

Datum zadání: 23.11.2012

Datum odevzdání: 10.05.2013



Ing. Josef Kašík, Ph.D.
vedoucí katedry

prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně příloh, vypracovala samostatně. Přílohy č. 1, 2 a 3 byly zpracovány na základě účetních výkazů cestovní kanceláře BON TON, s. r. o.

Ve Valašském Meziříčí dne 10. května 2013

.....

Tereza Dlugošová

Na tomto místě bych chtěla poděkovat paní Ing. Aleně Stibůrkové za její ochotu a vstřícnost při vedení mé bakalářské práce a hlavně za její užitečné rady, připomínky a čas, který mi věnovala.

Mé poděkování samozřejmě patří i řediteli cestovní kanceláře BON TON, s.r.o., Panu Ing. Petru Krausovi, za jeho ochotu, trpělivost a vstřícné chování.

Obsah

1 ÚVOD	5
2 CHARAKTERISTIKA EKONOMICKÉHO SUBJEKTU A VYMEZENÍ PROBLÉMU SVĚTOVÉ KRIZE.....	7
2.1 Vymezení pojmu a význam cestovního ruchu.....	7
2.2 Rozvoj a podmínky cestovního ruchu.....	8
2.3 Specifika cestovního ruchu.....	9
2.4 Rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou.....	11
2.5 Cestovní kancelář BON TON, s. r. o.....	12
2.5.1 Nabídka služeb.....	13
2.5.2 Organizační schéma nadřízenosti a podřízenosti zaměstnanců.....	16
2.6 Působení faktorů prostředí na činnost firmy.....	17
2.6.1 Ekonomické prostředí.....	17
2.7 Hospodářský cyklus a jeho jednotlivé fáze.....	18
2.7.1 Expanze.....	18
2.7.2 Vrchol.....	18
2.7.3 Recese.....	19
2.7.4 Deprese.....	20
2.8 Trendy související s cestovním ruchem.....	21
2.9 Proč a jak vznikla současná světová krize?.....	21
2.9.1 Boom na realitním trhu.....	22
2.9.2 Vládní zásah se stal nevyhnutelným.....	23
2.9.3 Následoval jeden pád za druhým.....	24
2.10 FINANČNÍ ANALÝZA.....	25
2.10.1 Co je finanční analýza a jaký je její účel?.....	25

2.10.2 Zdroje informací pro finanční analýzu.....	25
2.10.3 Metody finanční analýzy.....	26
2.10.4 Ukazatelé finanční analýzy.....	27
3 ANALÝZA HOSPODAŘENÍ SPOLEČNOSTI VE VYMEZENÉM ČASOVÉM	
INTERVALU.....	33
3.1 Poměrová analýza.....	33
3.1.1 Ukazatelé likvidity.....	33
3.1.2 Ukazatelé rentability.....	38
3.1.3 Ukazatelé zadluženosti.....	44
3.1.4 Ukazatelé aktivity.....	50
3.2 Soustavy účelově vybraných ukazatelů.....	55
3.2.1 IN INDEX – index důvěryhodnosti.....	55
3.2.2 TAFFLERUV MODEL.....	59
4 DEFINOVÁNÍ PROBLÉMOVÝCH MÍST VE VZTAHU K HOSPODÁŘSKÉ	
KRIZI.....	61
4.1 Ukazatelé likvidity.....	61
4.2 Ukazatelé rentability.....	62
4.3 Ukazatelé zadluženosti.....	63
4.4 Ukazatelé aktivity.....	63
4.5 IN index 99 a IN index 05.....	64
4.6 Tafflerův model.....	64
4.7 Opatření provedená v CK BON TON, s. r. o.....	64
5 ZÁVĚR.....	66
Seznam použité literatury.....	68
Seznam zkratk.....	70

1 ÚVOD

Naše ekonomika se již od roku 2008 nachází ve fázi kontrakce, která je především důsledkem hypoteční krize, jež se odehrála ve Spojených státech amerických v roce 2007. Americká krize následně přerostla ve světovou finanční krizi a narušila tak stabilitu ekonomik v mnoha zemích. Ovlivnila a nadále ovlivňuje životy lidí, existenci jednotlivých ekonomických subjektů a v neposlední řadě také chod ekonomiky celého státu.

Cílem této bakalářské práce je zjistit, jaký dopad měla krize na hospodaření cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., a zda ovlivnila její podnikatelskou činnost natolik, aby narušila plynulost jejího podnikání. Finanční analýza je jedním z nástrojů, jehož smyslem je provádět diagnózu finančního zdraví podniku. Proto budou pro tento účel aplikovány na CK některé metody finanční analýzy. Přesněji metoda poměrových ukazatelů a souhrnné indexy hodnocení - IN indexy důvěryhodnosti a Tafflerův model. Ukazatelé finanční analýzy budou zpracováni v ročních časových řadách. Finanční rozbor se provede od roku 2006, tedy od roku, kdy naše ekonomika ještě prosperovala a nacházela se ve fázi konjunktury do roku 2011, kdy se již ekonomika potýkala se značnými problémy. V tomto období se zaměříme na pozorování jednotlivých ukazatelů, kteří pomohou upozornit na nepříznivý vývoj společnosti, jenž byl způsoben právě touto krizí.

Bakalářská práce je členěna do pěti hlavních kapitol. Po úvodu následuje kapitola druhá, která je věnována teoretické části. Ta se zaměřuje na charakteristiku cestovního ruchu, popis CK BON TON, s. r. o., a vymezení problému světové hospodářské krize. Závěr kapitoly tvoří obecný popis finanční analýzy s tabulkami vzorců, které jsou potřebné pro výpočet analýzy poměrových ukazatelů. Dále obsahuje obecnou charakteristiku IN indexů důvěryhodnosti a Tafflerova modelu.

Třetí kapitola je tvořena aplikační částí bakalářské práce. V této kapitole je znázorněn vývoj ukazatelů likvidity, rentability, zadluženosti a aktivity CK BON TON, s. r. o., ve sledovaném období. Vypočteny jsou také souhrnné modely, které rovněž zhodnotí hospodaření cestovní kanceláře v krizových letech. Jedná se o IN index 99 a IN index 05. Jako poslední je vypočítán a okomentován Tafflerův model.

Čtvrtá kapitola definuje problémová místa CK BON TON, s. r. o., ve vztahu k hospodářské krizi a poukazuje na opatření, jež byla společnost nucena v rámci krizového vývoje přijmout.

Kapitola pátá je kapitolou poslední a shrnuje poznatky a zjištění z celé bakalářské práce.

2 CHARAKTERISTIKA EKONOMICKÉHO SUBJEKTU A VYMEZENÍ PROBLÉMU SVĚTOVÉ KRIZE

2.1 Vymezení pojmu a význam cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu je celá řada. Vůbec první moderní definice pochází od Krapfa a Hunzikera (1941), kteří CR popisují „*jako shrnutí jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydliště a zaměstnání*“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

„*Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce*“ tvrdí Jakubíková (2012, s. 18).

Za mezník v definování cestovního ruchu i pro jeho statistické sledování lze považovat konferenci Světové organizace cestovního ruchu UNWTO konanou v Ottavě roku 1991, kde došlo k obsahovému vymezení většiny používaných pojmů z oblasti CR.

Cestovní ruch je podle UNWTO (1995) „*činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný, než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011).

Pro vymezení cestovního ruchu se často používají dle Heskové a kol. (2006) i jiné pojmy, jako je např. zotavení, rekreace, turistika a další, které však nejsou synonymem slova CR ani v případě, že jsou vykonávány ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště. Zotavení představuje všechny činnosti, které jsou spojené s odstraněním únavy člověka (zdravý spánek, zdravá výživa) a všechny činnosti, které jsou vykonávány ve volném čase a jsou spojeny se změnou každodenního stereotypu (údržba domu, práce na zahrádce apod.). Rekreace (např. cvičení pro tělesnou kondici, týmové hry, individuální sporty, vodní sporty, lov zvěře, tancování aj.) je jedním ze základních druhů CR, turistika je součástí a aktivitou sportovního cestovního ruchu (např. pěší turistika, vodní turistika nebo cykloturistika).

CR se může stát, pokud je vhodně rozvíjen, zdrojem příjmů pro obec. Může vytvářet nová pracovní místa, příležitosti k revitalizaci a zvelebování měst a obcí. Je také prostředkem zvyšování životní úrovně, poskytuje ekonomické a sociální příležitosti všem subjektům, které mají zájem jej využít ve svůj prospěch (Jakubíková, 2012).

Jakubíková (2012) dále tvrdí, že CR představuje rozsáhlý trh, který žádá uspokojení různých potřeb, a tím vzbuzuje pozornost podnikatelů, veřejné i státní správy. CR je dynamicky se rozvíjícím segmentem ekonomiky. Dále říká, že lidé cestují ze dvou důvodů. Jednak z povinnosti (podnikání, náboženství, návštěva rodiny, přátel, zdravotní důvody), jednak pro potěšení a zábavu (odpočinek, objevování nových míst, zábava, sport, romantika aj.)

2.2 Rozvoj a podmínky cestovního ruchu

Jakubíková (2012) konstatuje, že základním předpokladem rozvoje CR je v první řadě svoboda člověka cestovat. K dalším podmínkám patří volný čas, dostatek volných finančních prostředků a příznivé politické klima.

„Volný čas je část mimopracovní doby, v níž člen společnosti nevykonává žádnou nutnou činnost a kterou podle vlastního rozhodnutí využívá pro oddech, rozvoj osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti“ píše Jakubíková (2012, s. 16).

Hranici volného času je možno určit tak, že si z mimopracovní doby vyčleníme čas potřebný pro přepravu do zaměstnání, nákupy apod. Dále čas nutný pro domácí práce a čas věnovaný k uspokojování potřeby jídla, spánku atd. (Jakubíková, 2012).

Podle kolektivu autorů (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011) v dřívějších dobách měly důvody cestování nejčastěji obchodní či vojenský charakter, avšak v současnosti je CR považován především za volnočasovou aktivitu. Představuje důležitou oblast národního hospodářství a pro většinu obyvatel se stal také běžnou součástí jejich spotřeby. Pro rozvoj CR je podstatné splnit tři následující podmínky:

- vytvořit dostatečný fond volného času (pětidenní pracovní týden, dovolená v rozsahu týdnů),
- zajistit disponibilní prostředky u obyvatelstva (tedy prostředky, které zbývají po uspokojení základních životních potřeb, jako je bydlení, stravování, ošacení atd.),
- zabezpečit svobodu pohybu a bezpečnost v turistickém cíli – destinaci.

Tyto předpoklady jsou v dnešní době (s výjimkou posledního jmenovaného činitele v některých zemích) plněny v míře, která je v porovnání s dřívějšími dobami téměř nesrovnatelná. Důsledkem je hlavně rozvoj CR, který umožnil jeho zařazení mezi vůbec nejvýznamnější ekonomické aktivity.

Rozvoj CR je výsledkem požadavku obnovit a reprodukovat pracovní sílu, potřeby poznávat (dopad růstu zaměstnanosti) a požadavku oživit a navázat styk s lidmi. Tento rozvoj podněcuje i řada faktorů, které souvisejí s rostoucím počtem obyvatelstva naší země a změnami v osídlení (např. stále se zvyšující migrace lidí z venkova do měst vede k nárůstu hustoty jejich osídlení, což paradoxně zpětně povzbuzuje poptávku městských obyvatel po poznání venkovského života či nepoškozené přírody), ale i se zlepšováním zdravotního stavu lidí a zvyšováním vzdělanosti, která umožňuje překonávat jazykové bariéry a podporuje touhu poznat nová místa, kulturu a prožít nevšední zážitky.

V žebříčku potřeb člověka se proto CR postupně přesunul z oblasti luxusních a pro život zbytných potřeb do oblasti potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí spokojeného života.

2.3 Specifika trhu cestovního ruchu

Trh CR má celou škálu zvláštností, které vyplývají především z charakteru potřeb klientů a charakteru služeb v CR. Jako hlavní specifické znaky trhu CR můžeme podle kolektivu autorů Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) uvést následující:

- podnikání v oblasti cestovního ruchu není záležitostí pouze jednoho roku, ale jedná se o dlouhodobou aktivitu (tudiž musíme myslet dopředu a počítat např. se špatnou sezónou);
- produkt cestovního ruchu má nehmotný charakter, což znamená, že jej nelze uložit a vyrábět na sklad;
- je zde vysoká závislost na historických a přírodních atraktivitách;
- cestovní ruch je podmíněn politicko-správními podmínkami (úroveň spolupráce mezi jednotlivými subjekty, příjmová situace potencionálních hostů, psychologické a marketingové faktory aj.), politická stabilita či nestabilita v destinaci a míra podpory ze strany orgánů státní správy a samosprávy, stupeň a způsob spolupráce mají zcela zásadní vliv;
- místní a časová vázanost tvorby, uskutečnění a spotřeby služeb, bezprostřední sepětí s územím, na kterém dochází k realizaci služeb, jež vyplývá z jejich pomíjivého charakteru, tj. pokud nejsou služby spotřebovány v době, kdy jsou k dispozici (neobsazené sedadlo v autobuse, neobsazená sedačka lyžařského vleku apod.), jejich kapacita je ztracena;
- místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby (např. prodej zájezdu cestovní kanceláře prostřednictvím internetové cestovní agentury v zimě na letní pobyt v cizině);
- zřetelná sezónnost;
- značné ovlivnění nabídky a poptávky přírodními faktory (např. počasím) a dalšími nepředvídatelnými vlivy (tj. mimoekonomickými faktory);
- velký podíl lidské práce;

- úzký vztah nabídky a poptávky (tj. změna v cenách a příjmech se obvykle objeví na trhu bezprostředně, např. pokles cen zájezdů do určité destinace se obvykle bezprostředně odrazí ve zvýšené poptávce po zájezdech do této destinace);
- mezinárodní ráz.

2.4 Rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou

„Cestovní kancelář je základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž předmětem činnosti je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb souvisejících s cestovním ruchem“ tvrdí Oriška (1999, s. 139)

Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách v oblasti CR, vymezuje dvě živnosti - provozování cestovní kanceláře a cestovní agentury.

Cestovní kancelář je živností koncesovanou a vyznačuje se tím, že organizuje a prodává zájezdy, nese plnou zodpovědnost za jejich realizaci.

Cestovní agentura je vázanou živností a prodej zájezdů pouze zprostředkuje.

Zjednodušeně řečeno, CA může oproti CK klientům jen zprostředkovat prodej zájezdů, které pořádají cestovní kanceláře. Proto jsou podmínky a ceny zprostředkovaných zájezdů pro klienta stejné, přičemž nezáleží na tom, zda si je zakoupil v cestovní kanceláři nebo agentuře. CK ale musí být podle zákona na rozdíl od CA **povinně pojištěny proti úpadku**.

Toto pojištění proti ekonomickému úpadku CK ochraňuje klienta např. když CK neposkytne zákazníkovi dopravu z místa pobytu v zahraničí do České republiky, pokud je tato doprava součástí zájezdu, nebo nevrátí klientovi zaplacenou zálohu či cenu v případě zrušení zájezdu. Cestovní kancelář má povinnost sjednat pojištění na pojistnou částku minimálně 30 % plánovaných ročních tržeb z prodeje zájezdů, a jestliže očekává nižší tržby, tak se výše pojistného počítá z výše tržeb v roce předcházejícím.

Podíl CK na plnění pojistné události, tzv. spoluúčast, musí být minimálně ve výši 2 % z plánovaných ročních tržeb z prodeje všech zájezdů. Pojistné se obvykle pohybuje v rozmezí od 0,9 do 6 % plánovaných tržeb. Každá smlouva mezi cestovní kanceláří a pojišťovnou je sjednávána individuálně na dobu určitou, obvykle to bývá 1 rok. Výši spoluúčasti a pojistného stanovuje pojišťovna individuálně podle důvěryhodnosti a bonity CK (Ryglová, Burian, Vajčnarová, 2011).

2.5 Cestovní kancelář BON TON, s. r. o.

Společnost BON TON, s. r. o., byla založena roku 1991 v Hranicích fyzickou osobou – paní Milenou Adlerovou, a to jako cestovní agentura. Původní zakladatelka paní Milena Adlerová nyní vystupuje v pozici jednatelky firmy. Po čase se z cestovní agentury stala cestovní kancelář – tzv. touroperátor, který se začal orientovat na Evropské přímořské destinace v Itálii a speciální zámořské zájezdy pro odborníky z oblasti stavebnictví. Postupem času se portfolio poskytovaných destinací rozšířilo o nové zájezdy do jižní Itálie, Španělska, Řecka a řeckých ostrovů. V posledních letech přibýly také destinace v Turecku a Bulharsku.

Cestovní kancelář v průběhu několika let otevřela a následně zase ukončila činnost některých svých poboček. V současnosti je provozována francheasingová síť CK s pobočkami v Brně, Olomouci a Uherském Hradišti.

CK BON TON, s. r. o., každoročně upravuje svou nabídku destinací dle výše poptávky klientů, současných trendů a v neposlední řadě se zřetelem na aktuální tržní situaci.

Významným a neopomenutelným cílem je samozřejmě zvyšování prodeje, k jehož dosažení využívá CK vlastních webových stránek, jež nabízejí klientům možnost on-line objednání a zakoupení zájezdu.

Každoročně tak dochází díky internetovému prodeji zájezdů k růstu celkového obrátu. Klienti oceňují při internetovém prodeji možnost širokého výběru zájezdů z pohodlí domova, ale také objednání zájezdu jednoduše a velmi rychle.

Nevýhodou pro klienty je, že asistentky z call center nemají takové informace o nabízených produktech, jako například prodejci v kamenných pobočkách, kteří jsou pro tyto situace speciálně proškolení. Proto je výhodnější objednávat si zájezd přímo v kanceláři, kde si klient může být jist maximální informovaností ze strany pracovníka prodeje.

Úkolem těchto pracovníků je vyslechnout přání a představy klientů a na jejich základě předložit klientovi několik tipů zájezdů, které by mu mohly vyhovovat. Ne však více než tři, aby pro klienta nebyl výběr příliš komplikovaný. K vybraným nabídkám poskytne pracovník prodeje klientovi informace o destinaci, ubytování, stravování, fakultativních výletech a zodpoví další případné dotazy. Tento individuální přístup je mnohem osobnější a pro mnohé zákazníky důležitější než pohodlné objednání zájezdu z domova.

Cestovní kancelář po celou dobu své existence provozuje vlastní autokarovou dopravu. V současnosti disponuje třemi zájezdovými zahraničními autobusy pro 49-70 osob značky BOVA, MAN a NEOPLAN. Provozování vlastní dopravy ji neodkazuje na spolehlivost externího dopravce při plánování zájezdů a zároveň jí umožňuje přímo ovlivňovat kvalitu poskytovaných služeb. To vše díky vlastnímu vozovému parku a vlastním zaměstnancům (řidičům), což je výrazný faktor, kterým lze působit na celkovou spokojenost klientů.

2.5.1 Nabídka služeb

CK BON TON, s. r. o., má rozsáhlé portfolio služeb. Zařadit sem můžeme především zájezdy pobytové, poznávací, relaxační. Ale také zájezdy pro skupiny, tematické zájezdy či mezinárodní automobilovou dopravu a prodej letenek.

a) pobytové zájezdy

Nabídku pobytových zájezdů reprezentují především vlastní zájezdy do následujících destinací: Řecko, Chorvatsko, Bulharsko, Turecko a Itálie. Přičemž zájezdy pořádané do řeckých destinací se podílejí na celkovém prodeji zájezdů cca čtyřiceti pěti procenty, Chorvatsko se podílí na celkovém prodeji zhruba třiceti procenty, Bulharsko a Turecko asi

dvaceti procenty, Itálie třemi procenty a zbývající dvě procenta zájezdů představují zájezdy ostatních touroperatorů.

b) poznávací zájezdy

Přesto, že poznávací zájezdy nezaujímají prvenství v nabízených produktech cestovní kanceláře, doplňují portfolio nabízených. Pro cestovní kancelář jsou důležité především z toho důvodu, že udržují zájem klientů v období mimo hlavní sezónu. Mezi poznávací zájezdy řadíme:

- jednodenní zájezdy do Polska, Maďarska a Rakouska, jež jsou zajišťovány pohodlnými autokary vybavenými klimatizací a doprovázeny zkušenými českými průvodci;
- vícedenní zájezdy, které jsou pořádány do Francie, Londýna, Itálie a Holandska;
- poznávací okruhy Řeckem.

c) relaxace a lázně

Tento typ zájezdů byl zařazen do portfolia služeb teprve před pár lety kvůli stále se zvyšující poptávce klientů a nastupujícímu trendu. Tento typ zájezdů patří v současnosti k velmi populárním a stále vyhledávanějším. Na první pohled by se mohlo zdát, že je tato nabídka určená spíše starší generaci, ale opak je pravdou. Především mladší klienti častěji vyhledávají relaxaci a odpočinek, který je potřebný pro regeneraci a načerpání sil v dnešním hektickém světě. A proto si lidé dopřávají dovolenou i vícekrát ročně, pochopitelně mají-li na to dostatek zdrojů a nejsou-li zasaženi finanční krizí, která nás v současné době obklopuje snad na každém rohu.

Většina zákazníků si dovolenou vybírá převážně v letních měsících a později, v podzimním či zimním období, kdy si zvolí například relaxační pobyt v termálních lázních.

d) zájezdy pro skupiny

Díky zájmu jednotlivců o prodej zájezdů především v prázdninových měsících vznikla nová koncepce prodeje zájezdů pro skupiny, tzv. „kolektivy“ v mimořádně příznivých cenových relacích. Kolektivní zájezdy pomáhají vyplňovat okrajové části letní sezóny.

Zisk z těchto zájezdů je však velmi malý, někdy dokonce ani nepokryje vynaložené náklady. Proto se tato skutečnost zohledňuje již při tvorbě kalkulací.

I přesto jsou ale tyto zájezdy velmi důležitou součástí prodeje, a to z důvodu efektivního využití garančních kapacit.

Cestovní kancelář BON TON, s. r. o., prodá okolo padesáti kolektivů ročně. Prodej je podporován speciálním katalogem v tištěné i elektronické podobě, inzercí v odborném časopise „Školouš“, který je dodáván do škol, elektronickými zásilkami, prostřednictvím CA. Firma však pracuje především s vlastní databází kolektivů. Tato nabídka určená kolektivům je stále oblíbenější a mnoho skupin jezdí s CK opakovaně.

e) pracovní cesty

BON TON, s. r. o., nabízí také pracovní cesty pro odborníky z různých oborů, nejčastěji z oblasti medicíny, zdravotnické péče nebo také z oboru stavebnictví, vodohospodářství a ochrany životního prostředí. Tyto zájezdy jsou pořádány přímo „na míru“ pro zákazníky. Většinou jsou propojené s pracovními veletrhy či jinými workshopy a dalšími doprovodnými programy.

Mezi nabízené destinace patří Japonsko, Vietnam, Spojené arabské emiráty, Kuba, Srí Lanka, Keňa a Jižní Amerika. Ještě v nedávné době se právě tyto zájezdy výrazně podílely na zisku firmy. Poslední dobou však zájem o tento typ zájezdů poklesl, a to především z důvodu již zmiňované ekonomické krize. Dnes tyto zájezdy tvoří pouze malý podíl z celkového prodeje. Cílem CK je oživit tyto programy v nejbližších letech.

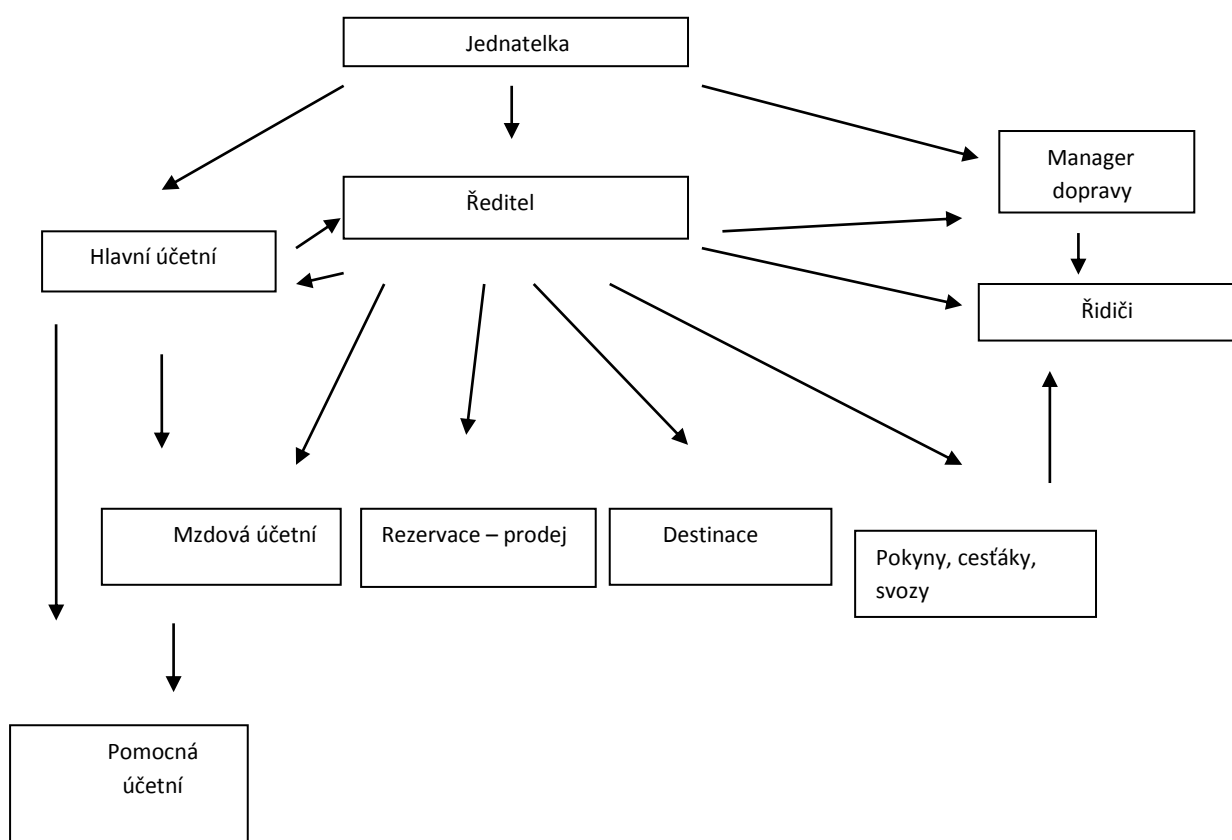
f) doprava CK BON TON, s. r. o.

Cestovní kancelář BON TON, s. r. o., poskytuje svým zákazníkům dopravu dvojího typu – autokarovou a leteckou.

Autokarovou dopravu zajišťuje svými vlastními autobusy, pro menší skupiny využívá VW Carawelle a další osobní vozy. Tento vlastní vozový park zabezpečuje nejen dopravu do destinací, ale také transfery na letiště či svozy klientů z různých míst České republiky k odjezdům autobusů. Z kapacitního hlediska řeší firma dopravu také outsourcingem.

Letecká doprava je zajišťována charterovými lety Travel Service a její nízkonákladovou společností SMART WINGS z Brna a Ostravy. CK umožňuje klientům také nákup letenek on-line (interní informace).

2.5.2 Organizační schéma nadřízenosti a podřízenosti zaměstnanců



Obrázek organizační struktury CK BON TON, s. r. o. (vlastní zpracování)

Vysvětlivky:

→ Vztah vyjadřující nadřízenost a podřízenost pracovníků a směr zadávání pracovních úkol

2.6 Působení faktorů prostředí na činnost firmy

Výsledky hospodaření cestovní kanceláře jsou závislé na mnoha okolnostech, které na CK buďto přímo, či nepřímo působí. Tyto okolnosti, neboli faktory, můžeme rozdělit dle charakteru jejich příčin na mikroekonomické a makroekonomické.

Jelikož se bakalářská práce bude dále zabývat především vlivem světové krize na hospodaření cestovní kanceláře, přiblížíme si pouze faktory makroekonomické s důrazem na ekonomické prostředí.

Kotler, Wong, Saunders a Armstrong (2007) ukazují na šest sil makroprostředí, kterými podle nich jsou: demografické prostředí, přírodní prostředí, technologie, politické prostředí, kulturní prostředí a v neposlední řadě prostředí ekonomické.

2.6.1 Ekonomické prostředí

Dle Jakubíkové (2012, s.123) „*Ekonomické prostředí obsahuje faktory, které ovlivňují kupní sílu spotřebitelů (hostů, návštěvníků) a strukturu jejich výdajů*“.

Stav hospodářství, ve kterém cestovní kancelář podniká, výrazným způsobem ovlivňuje výsledky, jež firma vykazuje. Celkový vzorec změn nebo kolísání v hospodářství nazýváme hospodářským cyklem (Jakubíková, 2012).

2.7 Hospodářský cyklus a jeho jednotlivé fáze

Ekonomický cyklus je posloupností pravidelně se opakujících fází. Fázemi ekonomického cyklu jsou tzv. **expanze** (oživení, obnova), **vrchol** (neboli konjunktura, prosperita), **kontrakce** (čili recese, krize) a **dno** (sedlo, deprese). Nyní se blíže podíváme na jednotlivé fáze hospodářského cyklu.

2.7.1 Expanze

Jestliže se ekonomika nachází ve fázi **expanze**, znamená to, že reálný HDP, spolu s dalšími makroekonomickými veličinami (inlace, nezaměstnanost, vyrovnaná platební bilance, aj.) nabývají na síle. Děje se tak proto, že domácnosti (ale i vláda) více poptávají statky, které podniky produkují. Firmy reagují na zvýšení poptávky po jejich produktech tak, že zvýší objem produkce, aby tuto poptávku uspokojily v co nejvyšší míře. Aby ovšem firmy mohly více vyrábět, musejí rozšířit své výrobní kapacity, tj. najímat větší množství práce, kapitálu a dalších výrobních faktorů. Tím pádem zaměstnanost v ekonomice roste, protože lidé, kteří dosud práci neměli nebo pracovali pouze na částečné úvazky, nacházejí dostatek plnohodnotných pracovních míst. A i když mzdy ještě nijak výrazně nerostou, tak díky vyššímu počtu odpracovaných hodin lidé dostávají dodatečné příjmy, které mohou použít na nákup nejen spotřebního zboží, ale také např. dovolených.

Zisky firem rostou, a protože se očekává vzestup průměrné míry zisku v ekonomice, tak se zakládají firmy další. Výrobci začínají využívat tovární haly, stroje a další kapitálové statky, kterými disponují z dřívějšíka. Také ale využívají bankovní úvěry, aby si mohli pořídit výrobní zařízení nová. Tím pádem banky, které dříve neměly dostatek zájemců o půjčky, v této době expanze prosperují a dosahují vyšších zisků. V expandující ekonomice se více vyrábí, spotřebovává, ale i investuje.

2.7.2 Vrchol

Období rostoucích mzdových i kapitálových příjmů domácností, stoupajících zisků firem, resp. bankovních domů ale nebude existovat věčně. Ve fázi **konjunktury**, kdy je

ekonomika na vrcholu své aktivity, se stále rychleji začínají prosazovat nákladové tlaky, které výrobce nutí zvyšovat ceny produkováných statků. Výrobní faktory jsou takřka vyčerpány. Firmy těžce shánějí zájemce o zaměstnání, a tak se snaží lákat např. penzisty a pracovníky konkurenčních firem na vyšší mzdy. Výsledkem vyšších mezd je potom dražší výroba, a tedy nižší ziskovost firem. Proto pomalu dochází k tomu, že domácnosti si užívají vyšších příjmů a nakupují stále větší množství zboží a služeb. Nemají ani zábrany pořizovat si na splátky domy, automobily a jiné statky dlouhodobé spotřeby.

Prudce rostoucí poptávka domácností však vede k tomu, že jsou oslabeny úspory v ekonomice a finanční zdroje, které banky poskytují výrobcům i spotřebitelům, se zdražují. Zdražování úvěrů dále způsobuje, že se ziskovost firem snižuje, k čemuž přispívá také růst cen základních surovin. Domácnosti začínají zjišťovat, že zatímco si objednaly domy a auta na splátky, nájemné a ceny běžného spotřebního zboží den ode dne rostou. Ceny se zvyšují z toho důvodu, že firmám nezbyvá nic jiného, než aby promítly zvyšující se náklady na výrobu do prodáváných výrobků a služeb. Ekonomika v období prosperity jeví sice na povrch znaky bohatství, ovšem intenzivní aktivita trhů a vysoká úroveň zaměstnanosti, mezd a cen pouze zastírá prohlubující se ekonomické problémy.

2.7.3 Recese

Kontrakci ekonomické aktivity je možné vnímat jako průběh jakési ozdravné reakce ekonomiky na předchozí období příliš velkého optimismu a rozmachu spotřeby i výroby. HDP a další reálné makroekonomické veličiny slábnou. Domácnosti, kterým pomalu, ale jistě rostou životní náklady, začínají rušit své objednávky statků dlouhodobé spotřeby. A tak se firmám začíná hromadit neprodané zboží, které v minulém období vyprodukovaly. Kvůli růstu cen v ekonomice postupně klesá poptávka po výrobcích a službách (v případě základních potravin a elektrické energie tento pokles poptávky není natolik výrazný, jako v případě jiných, pro život nepodstatných statků a služeb). Firmy reagují tak, že začnou vyprodávat svou produkci za nižší ceny a zvyšují efektivnost výroby tím, že snižují náklady. Zbavují se nadbytečných pracovníků a prodávají nepotřebné stroje a nemovitosti. Ztrácejí zájem o bankovní úvěry. Ale jelikož jsou firmy vázány platnými smlouvami, které se týkají mzdových sazeb a musejí také splácet získané půjčky, tak se jejich náklady nestačí snižovat dostatečně rychle, což ještě více snižuje jejich zisk. Stane se tak, že pokles zisku

je u některých firem natolik zdrcující, že musejí ukončit svou činnost. Jiné firmy zase značně omezují rozsah výrobní aktivity.

V ekonomice klesá zaměstnanost, bankám rostou nevyužívané úvěrové kapacity a objem ztrátových pohledávek za firmami, které nejsou schopné půjčky splácet. Dochází k omezení investiční činnosti a banky nemají dostatek bonitních klientů ani z řad spotřebitelů, protože těm v průměru klesají příjmy. Což je důsledkem jednak zvyšující se nezaměstnanosti, ale také důsledkem postupného snižování mezd firmami, které jsou tlačeny poklesem poptávky po jejich produkci.

2.7.4 Deprese

Klesající ceny výrobků a služeb spolu s klesajícími cenami výrobních faktorů vedou ekonomiku z fáze krize do fáze deprese, na **dno** její aktivity. V této fázi hospodářského cyklu je nezaměstnanost již vysoká, výdaje spotřebitelů a potenciálních investorů zůstávají na velmi nízké úrovni a celkově v ekonomice vládne spíše pesimismus a nechť riskovat.

Zchudlé domácnosti čekají, jestli ceny zboží ještě neklesnou a odkládají své nákupy. Firmy jsou pesimistické a nevěří ve vzestup poptávky po jejich produkci. Banky nevidí téměř žádné perspektivní zákazníky, tudíž raději nedávají žádné půjčky. Malé zisky značně snížily počet firem a bankovních domů v ekonomice, takže v činnosti pokračují jen ty nejsilnější, což je na druhou stranu pozitivní (uvolňují se zdroje, které byly využity na špatných místech, ukazují se špatné investice). Je to příznivé východisko také z hlediska budoucího vývoje, poněvadž hrozba úpadku donutila výrobce zracionalizovat a zefektivnit podnikatelské aktivity.

Nezaměstnanost je z části vykoupena nízkou cenovou hladinou, ale jakmile domácnosti aspoň z části dospějí k názoru, že nastal čas začít opět mírně nakupovat, ozdravené firmy budou schopny pružně zareagovat. Díky tomu firmy začnou opět vyrábět a nabírat nové zaměstnance, lidé budou mít více peněz a začnou více nakupovat. Úvěrové obchody se pro banky stanou opět atraktivními. Ekonomika se tak odrazí ode dna a hospodářský cyklus přejde do další fáze expanze (Václav Jurečka a kolektiv, 2010).

2.8 Trendy související s cestovním ruchem

V současné době se ekonomika nachází díky celosvětové finanční krizi v recesi, což se značně dotýká také CR. Během krize dochází mimo jiné i k omezování cestování, snižuje se obsazenost některých hotelů, s problémy se setkávají také různé podnikatelské subjekty v destinacích, ve kterých došlo k viditelnému snížení počtu návštěvníků. Většina turistů bude pravděpodobně upřednostňovat pobyt v domácích destinacích, kde dojde ke zvýšení poptávky.

Ekonomické prostředí má podstatný vliv na cestovní ruch a naopak cestovní ruch ovlivňuje ekonomické prostředí. To se projevuje v jeho působení na ekonomický růst, zvýšení zaměstnanosti, příjmy obyvatelstva, platební bilanci státu aj. Ekonomický růst provází zhoršování jak životního prostředí, tak i negativní dopad na rozvoj CR v některých destinacích (Jakubíková, 2012).

2.9 Proč a jak vznikla současná světová finanční krize?

Příčin vzniku finanční krize je hned několik. Spojené státy jsou však zcela jistě primárním zdrojem současné ekonomické pohromy. Zadlužení v USA se vyvíjelo po dlouhé období a neustále se navyšovalo. Do roku 2005 se celková míra amerického zadlužení rovnala téměř tři a půl násobku celonárodního HDP a dosahovala téměř 44 bilionů, což odpovídalo hodnotě HDP celého světa. Na tuto skutečnost upozorňují Foster a Magnoff (2009). Celá tato situace vyústila v americkou hypoteční krizi, která následně přerostla v krizi světovou.

Dalším důležitým znakem současné situace je také fakt, že krize byla očekávána snad deset let a její vyhlížení přicházelo ve vlnách. Během tohoto období „čekání“ se přihodilo několik různorodých zpomalení a znaků výraznějších potíží (zpomalení americké ekonomiky v letech 2001 – 2002). Záhy však opět převládly růstové tendence, které poměrně rychle vyřešily jednotlivá „zaškobrtnutí“. Ta pak většinou zůstala pouze na regionální úrovni.

Tento stav zřejmě vedl k určitému podceňování rizik. Předpokládalo se, že období prakticky dvaceti let neustálého a poměrně dynamického růstu ekonomik není možné prodlužovat do nekonečna, ale všichni tomu postupně přestali věnovat pozornost. Takže když

krize opravdu přišla, nikdo nezvonil na poplach, dokud nebyla pevně usazena přímo v srdci světové ekonomiky, jak říká Kislingerová (2010). Nelze tedy jednoznačně tvrdit, že vše odstartovala pouze americká hypoteční krize.

Můžeme však soudit, že problémy na hypotečním trhu ve Spojených státech, které se začaly naplno projevovat roku 2007, byly poslední „kapkou“ pro spuštění finanční krize v plné míře. Americká krize ovlivnila dění na kapitálových trzích po celém světě. Hypoteční agentury Freddie Mac a Fannie Mae se roku 2007 dostaly do vážných problémů a v USA propukla krize na hypotečním trhu.

Hypoteční banky Fannie Mae (Federal National Mortgage Association) a Freddie Mac (Federal Home Loan Mortgage Corporation) byly zřízeny vládou, aby splnily účel získávat fondy na financování hypoték. Fannie Mae byla v USA založena Kongresem roku 1938, aby oživila americkou ekonomiku, která trpěla následky krize z první poloviny třicátých let. Roku 1968 byla Fannie Mae privatizována a zároveň pro ni byla vytvořena konkurence v podobě Freddie Mac, jež měla zajistit volnou soutěž mezi oběma společnostmi a zabránit tak vzniku monopolu na trhu s hypotékami.

2.9.1 Boom na realitním trhu

Pro USA nebyl začátek nového tisíciletí příznivý. Americká ekonomika se roku 2001 propadala do recese. Americký Fed zareagoval na tuto skutečnost snížením úrokových sazeb až na 1%. Takovéto sazby se používaly naposledy v roce 1958 a ustálily se na celých dvanáct měsíců. A právě díky nízkým úrokovým sazbám dokázaly Spojené státy více než kdy jindy oživit aktivitu Freddie a Fannie.

Následoval boom na americkém trhu s bydlením a hospodářské výsledky obou hypotečních agentur v následujících letech byly nadmíru příznivé. Sehnat hypotéku na bydlení nepředstavoval v té době vůbec žádný problém, i když ceny nemovitostí neustále rostly. Mohl si ji dovolit skoro každý, kupování domů a bytů na hypoteční úvěr se stalo trendem, který Ameriku naprosto pohltit. Hypotéky dostávali i méně bonitní klienti.

Zde se hodí připomenout slova známého českého ekonoma, Tomáše Sedláčka, jenž celkovou situaci vystihl takto: „*S jistou mírou nadsázky by se dalo říci, že peníze dokážou totéž co alkohol, který má podobnou zvláštní moc. Nedokáže zvýšit celkovou náladu nebo energii dotyčného, ale dokáže přesunout energii z následujícího dne. Jinými slovy „energetická hodnota“ víkendu je konstantní, jen se jí kus přesunul z budoucna (sobotního rána) do současnosti (pátečního večera). Alkohol vyluxuje, stejně jako peněžní dluh, energii ze sobotního rána a přesune ji, investuje ji do pátečního večera. A máme najednou tolik energie, že se až začínáme chovat jinak, mimo naši normu. Jsme troufalejší, více spotřebováváme, ztrácíme zábrany... prostě se dobře bavíme. Alkohol umí přesouvat energii jen napříč malými časovými úseky, nicméně peníze umějí energii přesouvat s mnohem větším dosahem“ (2012, s. 100).*

Tato situace však netrvala dlouho a přišlo prudké oslabení tempa růstu cen nemovitostí a následně jejich propad. Současně se zvýšením úrokových sazeb a jiných nákladů začal výrazně narůstat i počet opožděných plateb. Kromě opožděných plateb z hypotečních úvěrů začal také dramaticky narůstat počet propadlých zástav. Začalo přibývat stále více zadlužených nemovitostí, které si jejich majitelé nemohli dovolit splácet. A tak se začaly Freddie a Fannie potýkat se ztrátami díky výraznému poklesu cen nemovitostí a stále se zvyšujícímu počtu insolventních klientů. Tyto ztráty se vyhouply až na 11 mld. dolarů. A proto není divu, že se obě hypoteční agentury dostaly do vážných finančních potíží.

2.9.2 Vládní zásah se stal nevyhnutelným

Obě společnosti buďto vlastnily nebo spravovaly hypotéky v objemech 5,5 mld. dolarů, což byla necelá polovina celého hypotečního trhu v USA a téměř 40% amerického HDP.

Obrovské bohatství, které spravovaly, je řadilo mezi společnosti, jejichž kolaps, a to třeba jen jedné z nich, by způsobil velký zmatek na finančních trzích doma i po celém světě. Americká vláda se proto rozhodla v září roku 2008 převzít kontrolu nad oběma hypotečními agenturami.

2.9.3 Následoval jeden pád za druhým

Díky bankrotu na hypotečním trhu se strhla krize, která dále pokračovala pádem věhlasných investičních bank na Wall Street. Z pětice největších renomovaných investičních bank přežily (a to se značnými problémy) pouze dvě: Morgan Stanley a Goldman Sachs. Dne 16. 3. 2008 se do vážných potíží dostala první z pětice velkých investičních bank. Banka Bear Stearns tak byla prvním velkým finančním ústavem, který zničila krize na úvěrových trzích. Přesně 15. září 2008 padla také banka Lehman Brothers a Merrill Lynch. Zatímco banka Merrill Lynch byla převzata druhou největší americkou bankou Bank of America, pád investiční banky Lehman Brother znamenal konec této instituce. Krach Lehman Brother, investiční banky s téměř 160 letou historií, způsobil pád akciových trhů po celém světě a silně otřásl důvěrou ve stabilitu dalších finančních institucí.

Úpadek na hypotečním trhu se však nedotkl „pouze“ investičních bank. V červnu 2008 zkrachovala IndyMac, jednalo se o třetí největší bankovní krach v poválečné historii USA. Také největší americká spořitelna Washington Mutual se zasloužila o vůbec největší úpadek v historii bankovního sektoru Spojených států amerických. Na konci září 2008 krize dostihla také šestou největší americkou banku Wachovia. Tu ale před pádem zachránila největší americká finanční skupina Citigroup, která ji vzala pod svá křídla.

Finanční krizi plně odstartovalo selhání na americkém trhu s bydlením. Kvůli provázanosti finančních trhů rychle přerostla hranici Spojených států a přelila se i do okolního světa. Stala se příčinou krachu či vážných problémů mnoha bank. Krize stáhla americkou, ale i další ekonomiky do recese. V USA způsobila nejhlubší hospodářskou depresi od 30. let minulého století. Její důsledky dodnes pociťuje celý svět (www.finance.cz).

Finanční krize přišla ke konci roku 2008 také do ČR. Ovlivnila hospodaření mnoha domácností, podniků a vůbec celých odvětví. V souvislosti s touto situací se bude aplikační část zabývat vlivem světové krize na hospodaření cestovní kanceláře BON TON, s. r. o.

Aplikační část detailněji odhalí, jaký vliv měla světová krize na hospodaření cestovní kanceláře, na základě provedení finanční analýzy, jež ukáže, jaké finanční zdraví vykazovala cestovní kancelář v období let 2006 až 2011.

2.10 FINANČNÍ ANALÝZA

2.10.1 Co je finanční analýza a jaký je její účel?

V současné době se neustále mění ekonomické prostředí a spolu s ním dochází ke změnám také ve firmách, jež jsou jeho součástí. Pokud chce být firma úspěšná, neobejde se, při svém hospodaření bez rozboru finanční situace firmy.

Existuje spousta způsobů, jak lze definovat pojem „finanční analýza“. Růčková například tvrdí, že: *„finanční analýza představuje systematický rozbor získaných dat, která jsou obsažena především v účetních výkazech“* (2011, s. 9). Základními nástroji jednoduché (elementární) finanční analýzy jsou finanční ukazatele, neboť přinášejí odpovědi na různé otázky, které souvisejí s finančním zdravím firmy.

Finanční analýza má z časového pohledu svůj význam ve dvou rovinách. První rovinou je skutečnost, že se ohlížíme do minulosti a máme tak šanci hodnotit, jak se firma vyvíjela až do současnosti. Přičemž kritérií hodnocení lze najít celou řadu. Rovinou druhou je fakt, že finanční analýza slouží jako základ pro finanční plánování ve všech časových rovinách. Umožňuje tak plánování nejen krátkodobé, spojené s běžným chodem firmy, ale také plánování strategické, které souvisí s dlouhodobým rozvojem firmy.

Finanční analýzu si můžeme představit jako rozbor jakékoliv činnosti, v souvislosti s níž je možné uvažovat o čase a penězích. Finanční analýzu provádíme každodenně na té nejjednodušší úrovni, aniž bychom si to kolikrát uvědomovali – v naší rodině (Růčková, 2011). My se však nyní budeme zabývat úrovní složitější, a to úrovní podnikovou.

2.10.2 Zdroje informací pro finanční analýzu

K tomu, abychom mohli zpracovat finanční analýzu, potřebujeme určitá data. Právě tato data jsou základním kritériem pro zpracování a dosažení podstatných výsledků.

Základní zdroj dat představují **finanční výkazy** - rozvaha, výkaz zisku a ztráty, přehled o peněžních tocích (cash flow) (Knápková, Pavelková, Šteker, 2013).

Rozvaha spolu s výkazem zisku a ztrát patří mezi účetní výkazy, jejichž struktura je závazně stanovena Ministrem financí a jsou závaznou součástí účetní uzávěrky. Firmy mají povinnost vyplývající z obchodního zákoníku nechat účetní závěrku ověřit auditorem a zveřejnit takto ověřené informace v obchodním věstníku.

Oproti rozvaze a výkazu zisku a ztráty není výkaz o tvorbě cash flow standardizován a nemusí být zveřejňován. Což však neznamená, že by měl menší význam než předchozí dva výkazy.

K účetním výkazům se v rámci účetní závěrky připojuje ještě příloha, která musí obsahovat informace o příslušné účetní jednotce, informace o účetních metodách, obecných účetních zásadách a způsobech oceňování, dále musí obsahovat také doplňující informace k rozvaze a výkazu zisku a ztráty a také přehled o cash flow (Růčková, 2011).

Vzhledem k tomu, že společnost BON TON, s. r. o., výkaz o peněžních tocích nezveřejňuje, nebude použit ani v aplikační části této práce.

2.10.3 Metody finanční analýzy

K základním metodám, které se při finanční analýze používají, patří:

- analýza stavových (absolutních) ukazatelů;
- analýza tokových ukazatelů;
- analýza rozdílových ukazatelů;
- analýza poměrových ukazatelů;

- analýza soustav ukazatelů;
- souhrnné ukazatele hospodaření (Knápková a kol., 2013).

V praktické části bude na CK aplikována analýza poměrových ukazatelů a analýza soustav ukazatelů, konkrétně IN indexy a Tafflerův model. Součástí příloh je pak také horizontální analýza rozvahy a výkazu zisku a ztráty pro roky 2006 až 2011.

2.10.4 Ukazatelé finanční analýzy

Účetní výkazy obsahují údaje, které lze přímo použít – mluvíme o **absolutních ukazatelích**. Rozvaha nám ukazuje údaje o stavu k určitému okamžiku (stavové ukazatele), výkaz zisku a ztráty předkládá ve formě výnosů a nákladů údaje za daný časový interval (tokové ukazatele). Z rozdílu stavových ukazatelů je možno získat **rozdílové ukazatele**. Pokud je vykázaný údaj dán do poměru s jiným údajem, tak pracujeme s **poměrovými ukazateli**.

a) Absolutní ukazatelé finanční analýzy

(Knápková, Pavelková, Šteker, 2013) tvrdí, že tyto ukazatelé se využívají zejména k analýze vývojových trendů (srovnání vývoje v časových řadách – horizontální analýza, viz. přílohy) a k procentnímu rozboru komponent (jednotlivé položky výkazů se vyjádří jako procentní podíly těchto komponent – vertikální analýza)

Horizontální analýza

Tato analýza porovnává změny položek jednotlivých výkazů v časové posloupnosti. Vypočítává absolutní výši změn a její procentní vyjádření k výchozímu roku. Výpočet je následující:

Absolutní změna = hodnota v běžném období – hodnota v předchozím období

$$\text{Procentuální změna} = \frac{\text{běžné období} - \text{předchozí období}}{\text{předchozí období}} \cdot 100$$

b) Poměroví ukazatelé finanční analýzy

Tito ukazatelé patří mezi základní nástroj finanční analýzy. Právě analýza účetních výkazů za pomoci poměrových ukazatelů je jednou z nejoblíbenějších metod. A to především z toho důvodu, že umožňuje získat rychlou představu o finanční situaci v podniku. Podstatou poměrového ukazatele je, že dává do poměrů různé položky rozvahy a výkazu zisku a ztráty. Díky čemuž můžeme vytvořit velké množství ukazatelů.

V praxi se osvědčilo používání několika základních ukazatelů, roztríděných do skupin podle oblastí hodnocení hospodaření a finančního zdraví podniku. V aplikační části byly pro porovnání hospodaření CK BON TON, s. r. o., v období krize, využiti tyto ukazatelé – likvidity, rentability, zadlužení a aktivity. Ukazatelé kapitálového trhu použiti nebyli, jelikož cestovní kancelář nevlastní žádné cenné papíry ani podíly na kapitálovém trhu.

Analýza likvidity

Likvidita představuje schopnost podniku hradit své závazky včas a plné výši. Ukazatelé likvidity poměřují to, čím je možno platit (čítatel), s tím, co je nutné zaplatit (jmenovatel). Podle toho, jakou míru jistoty od výsledku požadujeme, dosazujeme do čitatele majetkové složky s různou dobou likvidnosti, tedy přeměnitelnosti za peníze.

Základní ukazatelé, kteří jsou využiti v aplikační části této práce, pracují především s ukazateli oběžných aktiv a krátkodobých cizích zdrojů. Za krátkodobé cizí zdroje považujeme krátkodobé závazky a krátkodobé bankovní úvěry a finanční výpomoci. Vzorce pro výpočet ukazatelů likvidity nalezneme v následující tabulce.

ukazatel	způsob výpočtu
Běžná likvidita	$\frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}}$
Pohotovlá likvidita	$\frac{\text{Krátkodobé pohledávky} + \text{krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}}$
Hotovostní likvidita	$\frac{\text{Krátkodobý finanční majetek}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}}$
ČPK	$\text{oběžná aktiva} - \text{krátkodobé závazky}$

Ukazatelé, kteří jsou uvedeni ve výše popsané tabulce, vycházejí ze stavových položek rozvahy, tudíž hodnotí likviditu podniku k určitému datu. Což obvykle pro hodnocení likvidity pro budoucí období nestačí. Ale protože cílem této bakalářské práce je vypořádat vliv ekonomické krize na hospodaření cestovní kanceláře pouze ve sledovaném období, budou pro nás nyní dostačující.

Analýza rentability

Rentabilita, tedy výnosnost vloženého kapitálu, je měřítkem schopnosti společnosti dosahovat zisku použitím investovaného kapitálu, tj. schopnost podniku vytvářet nové zdroje. Výnosnost je formou vyjádření míry zisku, která v tržní ekonomice slouží jako hlavní kritérium pro umístění kapitálu. Nejčastěji používané ukazatele si uvedeme v tabulce.

ukazatel	způsob výpočtu
ROA	$\frac{EBIT}{\text{Aktiva}}$
ROE	$\frac{EAT}{\text{Vlastní kapitál}}$
ROS	$\frac{EAT}{\text{Tržby}}$
ROCE	$\frac{EBIT}{\text{Vlastní kapitál} + \text{úročené cizí zdroje}}$

Analýza zadluženosti, majetkové a finanční struktury

Ukazatelé zadluženosti slouží jako indikátory výše rizika, které podnik nese při daném poměru a struktuře vlastního kapitálu a cizích zdrojů. Je zřejmé, že čím vyšší zadluženost společnosti, tím vyšší riziko společnost nese, protože musí být schopna své závazky splácet bez ohledu na to, jak právě hospodaří. Ovšem určitá míra zadluženosti pro podnik je obvykle užitečná, a to z toho důvodu, že cizí kapitál je levnější, než kapitál vlastní. To je dáno skutečností, že úroky z cizího kapitálu snižují daňové zatížení společnosti, protože úrok jako součást nákladů snižuje zisk, ze kterého se právě daň platí (tzv. daňový efekt nebo také daňový štít). Avšak v případě výplaty podílů na zisku se už o daňově uznatelnou položku nejedná.

Cenu kapitálu ovlivňuje také stupeň rizika, které investor podstupuje. Čím vyšší riziko podstupuje, tím vyšší cenu kapitálu požaduje. Vlastní kapitál je dražší než cizí, jelikož nároky věřitele jsou uspokojovány před vlastníkem. Tím že vlastník nese vyšší riziko, vyžaduje i vyšší výnos. Náklady spojené se získáním kapitálu jsou závislé také na době jeho splatnosti. Čím je doba splatnosti určitého druhu kapitálu delší, tím vyšší cenu za něj uživatel platí. Z tohoto hlediska představuje nejlevnější možnost volba krátkodobého cizího kapitálu (obchodní úvěr, běžný bankovní úvěr).

Na druhé straně je nejdražší právě vlastní kapitál, protože jeho splatnost je neomezená. Posuzujeme-li jednotlivé druhy kapitálu z hlediska jejich riskantnosti pro uživatele, poté platí, že nejméně riskantním je právě vlastní kapitál a je nejbezpečnějším zdrojem financování. To z toho důvodu, že nevyžaduje placení stálé, úrokové platby bez ohledu na dosažený zisk. Právě za toto všechno uživatel platí nejvyšší cenu.

Z výše uvedeného vyplývá, že firma by měla usilovat o optimální finanční strukturu. Tedy o co nejvhodnější poměr vlastního a cizího kapitálu. Analýza zadluženosti ukazuje, pomocí jakých zdrojů jsou financována podniková aktiva. Nebo může porovnávat položky výkazu zisku a ztráty, kdy určí, kolikrát jsou náklady na cizí kapitál pokryty vytvořeným ziskem.

ukazatel	způsob výpočtu
Celková zadluženost (%)	$\frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Aktiva celkem}}$
Koeficient samofinancování (%)	$\frac{\text{Vlastní kapitál}}{\text{Celková aktiva}}$
Míra zadluženosti	$\frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Vlastní kapitál}}$
Úrokové krytí	$\frac{\text{EBIT}}{\text{Nákladové úroky}}$
Úrokové zatížení (%)	$\frac{\text{Nákladové úroky}}{\text{EBIT}}$
Krytí DM vlastním kapitálem	$\frac{\text{Vlastní kapitál}}{\text{Dlouhodobý majetek}}$

Řízení aktiv (ukazatele aktivity)

Za pomoci těchto ukazatelů můžeme zjistit, jestli je velikost jednotlivých druhů aktiv v rozvaze v poměru k současným nebo budoucím hospodářským aktivitám podniku přiměřená, tj. zda ukazatelé aktivity měří schopnost podniku využívat vložené prostředky.

Tyto ukazatele lze vyjádřit v podobě obratu jednotlivých položek aktiv, případně pasiv. Nebo v podobě doby obratu jednotlivých aktiv, případně pasiv (Knápková, Pavelková, Šteker, 2013)

ukazatel	způsob výpočtu
Doba obratu pohledávek (dny)	$\frac{\text{Průměrný stav pohledávek}}{\text{Tržby}} \cdot 360$
Doba obratu závazků (dny)	$\frac{\text{Krátkodobé závazky}}{\text{Tržby}} \cdot 360$
Obrat aktiv	$\frac{\text{Tržby}}{\text{Aktiva celkem}}$
Obrat pohledávek	$\frac{\text{Tržby}}{\text{Pohledávky}}$
Obrat závazků	$\frac{\text{Tržby}}{\text{Závazky}}$
Obrat DM	$\frac{\text{Tržby}}{\text{Dlouhodobý majetek}}$

c) Souhrnné indexy hodnocení

I u těchto indexů platí, že je zapotřebí mít dostatečně dlouhou časovou řadu, abychom zjistili větší průkaznost výsledků z těchto modelů. Tyto modely dělíme na bankrotní a bonitní. Pro analýzu cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., byly využity modely bankrotní.

Přesněji index důvěryhodnosti IN podle manželů Neumaierových, který je typickým českým modelem, a respektuje české ekonomické prostředí. Druhým modelem je model Tafflerův, který je vypočítán v modifikované verzi, aby podal co nejobjektivnější informace (Knápková, Pavelková, Šteker, 2013). Více v aplikační části bakalářské práce.

3 ANALÝZA HOSPODAŘENÍ SPOLEČNOSTI VE VYMEZENÉM ČASOVÉM INTERVALU

V této kapitole bakalářské práce budou na cestovní kancelář BON TON, s. r. o., aplikovány některé metody finanční analýzy. Přesněji se bude jednat o poměrovou analýzu a souhrnné indexy hodnocení. Z analýzy poměrových ukazatelů budou využiti pro posouzení hospodaření CK ukazatelé likvidity, rentability, zadluženosti a ukazatelé aktivity.

Ze souhrnných indexů hodnocení budou využity IN indexy důvěryhodnosti a Tafflerův modifikovaný model. Všichni ukazatelé budou vypočítáni pro období let 2006 až 2011 a podrobněji ukážou způsob hospodaření cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., v krizových letech. Poté bude na základě výsledků vyhodnocena finanční situace společnosti v rámci sledovaných let.

3.1 POMĚROVÁ ANALÝZA

3.1.1 Ukazatelé likvidity

Likvidita ukazuje, jak rychle je určitá složka schopna přeměnit se na peněžní hotovost. Vyjadřuje, jak rychle je podnik schopen hradit své závazky. Likvidita je velmi důležitá z hlediska finanční rovnováhy firmy. Pouze dostatečná likvidita umožňuje podniku dostát svým závazkům. Avšak příliš velká likvidita pro podnik také není zdravá, jelikož v sobě váže zbytečně velký objem finančních prostředků, které potom nepracují ve prospěch jejich zhodnocování. Proto je zapotřebí hledat likviditu vyváženou.

Tab. č. 3.1: Ukazatelé likvidity CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Běžná likvidita	1,94	2,47	2,08	1,61	1,42	1,66
Pohotová likvidita	1,94	2,47	2,07	1,61	1,42	1,66
Hotovostní likvidita	0,52	0,90	0,93	0,54	0,74	0,85
ČPK (tis. Kč)	3 253	5 991	5 238	3 983	3 143	4 468

Zdroj: vlastní zpracování

Běžná likvidita

Ukazatel běžné likvidity ukazuje, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé cizí zdroje podniku. Do běžné likvidity vstupují pouze ty nejlikvidnější položky z rozvahy.

Doporučená hodnota běžné likvidity se pohybuje v rozmezí 1,5 – 2,5. Z vypočítaných hodnot běžné likvidity, jež jsou znázorněny v tab. č. 3.1. lze konstatovat, že cestovní kancelář BON TON, s. r. o., dosahuje po celé sledované období uspokojivých hodnot v porovnání s hodnotami doporučenými. Pouze v roce 2010 nastal pokles běžné likvidity pod doporučenou hranici. Tato situace nebyla nikterak závažná, poukázala pouze na to, že společnost roku 2010 měla téměř vyrovnaná oběžná aktiva na jedné straně a krátkodobé cizí zdroje na straně druhé. Přesto byla CK schopna svými oběžnými aktivy pokrýt krátkodobé cizí zdroje. Díky čemuž nemuselo dojít k žádnému zadlužení společnosti.

Obecně lze konstatovat, že čím více se společnost pohybuje na spodní hranici běžné likvidity, tím jsou efektivněji vázány finanční prostředky v oběžných aktivech. V tomto směru krizový vývoj nijak zvlášť hospodaření cestovní kanceláře neovlivnil a společnost byla schopna i v krizových letech pokrýt krátkodobé cizí zdroje svými oběžnými aktivy. Vývoj běžné likvidity je znázorněn v grafu č. 3.1.

Graf č. 3.1: Vývoj běžné likvidity CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Pohotová likvidita

Tento ukazatel by měl nabývat hodnot v rozmezí 1 – 1,5. Jak je patrné z grafu č. 3.2, pohotová likvidita cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., kopíruje likviditu běžnou, což je způsobeno skutečností, že CK jako účetní jednotka běžně zásoby nepořizuje.

Kromě roku 2008, kdy zásoby byly pořízeny, a to v hodnotě 57 tis. Kč. Avšak pohotová likvidita se od likvidity běžné příliš nevychýlila, a to z toho důvodu, že takováto výše zásob byla zanedbatelná.

Dále vidíme, že v roce 2006, 2007 a 2008, tedy v letech, kdy se finanční krize ještě neprojevila, byla pohotová likvidita vysoko nad požadovanou hranicí. V roce 2006 vykazovala hodnotu 1,94, v roce 2007 hodnotu 2,47 a roku 2008 hodnota opět mírně klesla na 2,07, i přesto však zůstala vysoká. To značí, že cestovní kancelář měla v období let 2006 až 2008 vysokou vázanost finančních prostředků v oběžných aktivech (např. na účtech bank). Tato situace je bezesporu výhodná z hlediska získávání nových finančních prostředků od věřitelů, neboť takto prezentovaná likvidita dává záruky z hlediska návratnosti finančních prostředků. Na druhou stranu je zapotřebí si uvědomit, že nadměrná likvidita snižuje rentabilitu, neboť finanční prostředky nejsou ukládány ve výnosnějších aktivech

Roku 2009 se pohotová likvidita snížila oproti roku 2008 o 23 %, což je velký skok, ale i přesto si dokázala udržet svou pozici nad požadovanou hranicí. Roku 2010 vykázala pohotová likvidita hodnotu pod doporučenou hranicí, tedy hodnotu 1,42. Nešlo sice o nikterak závažnou situaci, avšak tato skutečnost mohla omezit CK z hlediska její bonity. V roce 2011 se pohotová likvidita opět vyhoupla nad hranici danou rozmezím, ale nešlo o viditelnější nárůst.

Lze říci, že pohotová likvidita cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., se v období let 2006 až 2011 pohybovala na různých úrovních hodnot. Výrazněji se nad požadované rozmezí dostala v letech 2006, 2007 a 2008. Jediný pokles pod hranici doporučených hodnot nastal roku 2010.

Lze konstatovat, že snížená pohotová likvidita byla důsledkem nižších tržeb, jejichž snížení bylo vyvoláno právě probíhající krizí, která způsobila menší zájem lidí

o dovolené. Což pro CK představovalo nedostatek finančních prostředků. Vliv krize na hospodaření cestovní kanceláře v oblasti pohotové likvidity byl nepochybný, jak lze postřehnout z grafu č. 3.2.

Graf č. 3.2: Vývoj pohotové likvidity v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Okamžitá likvidita

Ukazatel okamžité likvidity by měl nabývat hodnot v rozmezí 0,2 – 0,5. U cestovní kanceláře se tyto hodnoty pohybují v celém sledovaném období nad požadovanou mezí, jak ukazuje graf č. 3.3. Nejvíce pak v roce 2007, 2008, 2010 a 2011. Což mohlo být způsobeno neefektivním využíváním finančních prostředků, v tom smyslu, že veškerý finanční majetek byl využit pouze na úhradu krátkodobých cizích zdrojů, tudíž nebyla možnost zhodnotit jej lépe. Například vkladem finančního majetku na bankovní účet a tím pádem tyto peníze zhodnotit o nabyté úroky z takového vkladu.

Graf č. 3.3. Vývoj okamžité likvidity CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Čistý pracovní kapitál

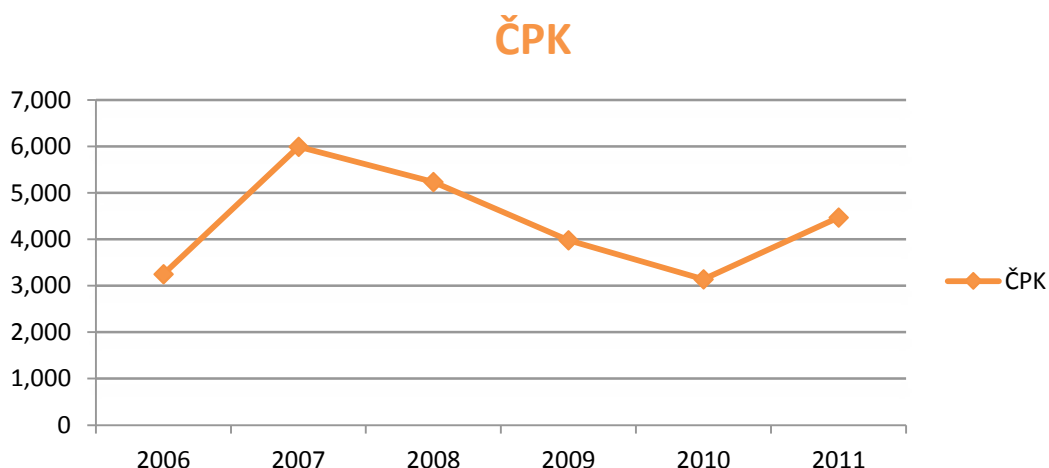
Pro výpočet tohoto ukazatele byl použit operativní způsob. Což znamená, že od oběžných aktiv byly odečteny krátkodobé závazky.

Čistý pracovní kapitál je možno chápat jako určitý „finanční polštář“ podniku pro případ nouze. Ukazuje prostředky, které by podniku dovolily v omezeném rozsahu pokračovat v jeho činnosti, kdyby byl nucen splatit převážnou část nebo všechny své krátkodobé závazky.

V cestovní kanceláři má ČPK do roku 2007 rostoucí charakter, jak je vidět z grafu č. 3. 4. Tento vývoj lze hodnotit jako příznivý. Roku 2008 přišel nepatrný pokles hodnoty ČPK. Ovšem v letech 2009 a 2010 následoval jeho další pokles, kdy oproti roku 2008 klesl v roce 2009 tento „finanční polštář“ o 24 %. Příčinou bylo méně finančních prostředků cestovní kanceláře, právě v důsledku krizového vývoje a s ním souvisejících nižších tržeb. I přes tento pokles, který nastal v cestovní kanceláři v letech 2009 a 2010, nedosahovala společnost v tomto ukazateli záporných hodnot. Což znamená, že krátkodobé závazky byly vždy nižší než krátkodobý majetek, jenž je zdrojem právě pro splácení těchto závazků.

V roce 2011 se čistý pracovní kapitál zvýšil oproti roku 2010 o 42 %. I přes toto zvýšení se však hodnota čistého pracovního kapitálu nevyrovnala hodnotě z roku 2008, tedy hodnotě, které CK dosahovala před krizí. CK měla po celé sledované období k dispozici „finanční polštář“, což lze hodnotit jako velmi pozitivní situaci. Tato skutečnost ukazuje, že se CK dokázala vyrovnat tlaku krize.

Graf č. 3.4: Vývoj ukazatele ČPK CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

3.1.2 Ukazatelé rentability

Rentabilitu lze vnímat jako určité měřítko schopnosti podniku dosahovat zisku použitím investovaného kapitálu a jeho možnosti vytvářet nové zdroje.

Ukazatelé rentability by měli mít v časové řadě rostoucí charakter. Což odpovídá požadavku, že při rostoucí ekonomice považujeme jako vhodné efektivní růst podniku. To znamená, že v období krize nelze automaticky zhodnocovat pokles efektivnosti podniku jako jednoznačně negativní událost. Jde totiž o přirozený vývoj ekonomiky. Vývoj ukazatelů rentability cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011 ukazuje následující tab. č. 3.2.

Tab. č. 3.2: Ukazatelé rentability CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011 v %

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ROA	28,62	12,53	8,23	-7,03	0,92	14,48
ROE	34,67	13,72	8,79	-13,44	-0,62	18,48
ROS	3,87	1,63	1,06	-1,72	-0,09	2,91
ROCE	38,26	18,53	11,86	-10,90	1,46	22,65

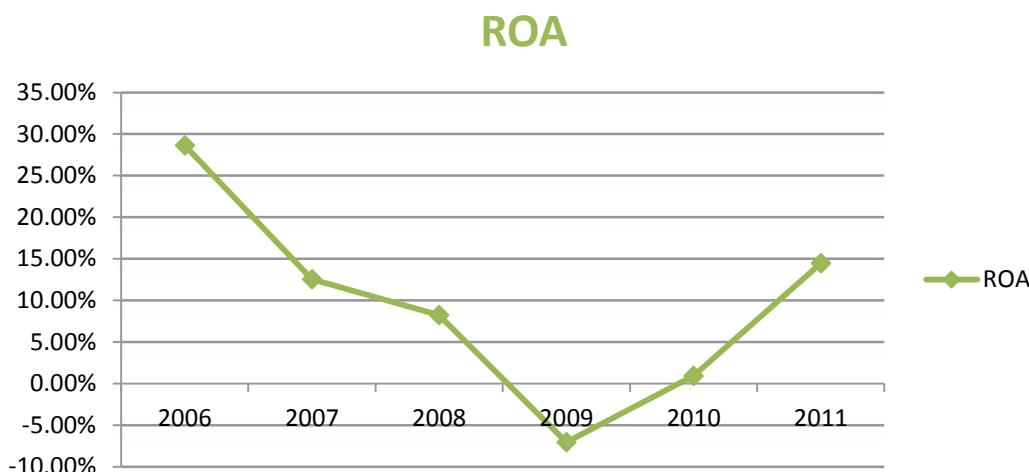
Zdroj: vlastní zpracování

Rentabilita celkového kapitálu (Return On Assets – ROA)

Jedná se o velmi důležitý ukazatel, který ukazuje výkonnost neboli produkční sílu podniku. Je patrné, že ve sledovaném období se tento ukazatel nevyvíjel v CK příznivě. Od roku 2006 do roku 2009 lze pozorovat výrazný pokles tohoto ukazatele. Roku 2009 dokonce poklesl oproti roku 2006 o 124 %. Což značí, že ekonomická krize měla podstatný vliv na hospodaření cestovní kanceláře. V roce 2009 byla situace CK BON TON, s. r. o., ve velmi nepříznivém stavu, tudíž i hodnota ukazatele ROA v tomto roce dosáhla záporných čísel, jak je patrné i z grafu č. 3.5.

Tato skutečnost byla způsobena především výrazným poklesem EBITu, jenž poklesl v porovnání s rokem 2006 o 129 % z hodnoty 3 950 tis. Kč na hodnotu – 1 164 tis. Kč. Roku 2010 se zisk CK sice dostal zpět do kladných hodnot, přesto byla jeho hodnota velmi nízká. Teprve roku 2011, kdy krize začínala odeznívat, dosáhla CK opět vyšší ziskovosti. Přesto byl ukazatel ROA v porovnání s rokem 2006 stále o 49 % nižší.

Graf č. 3.5: Vývoj ukazatele ROA v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

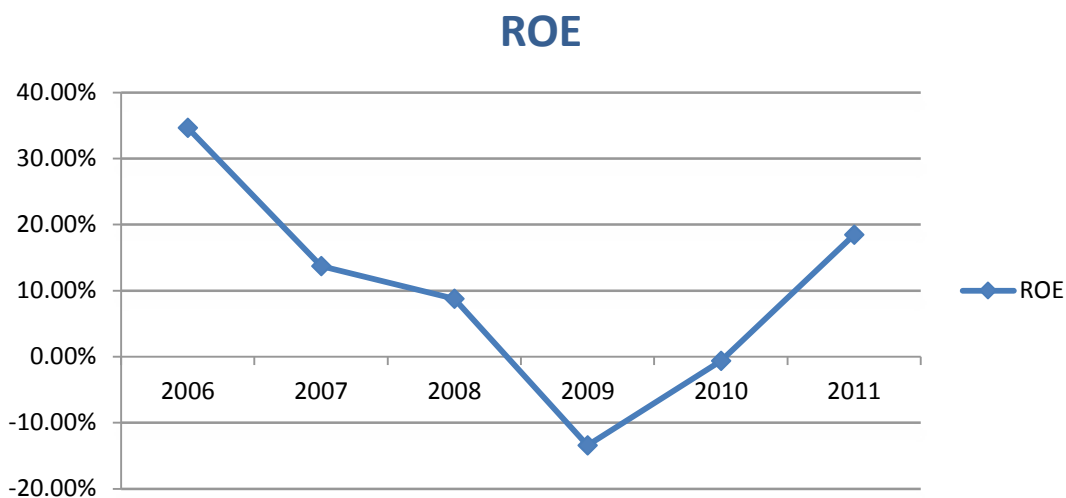
Rentabilita vlastního kapitálu (Return On Equity – ROE)

Tento ukazatel vypočítává podíl čistého zisku k vlastnímu kapitálu podniku. Měřením rentability vlastního kapitálu lze vyjádřit výnosnost kapitálu vloženého vlastníky podniku.

Vývoj tohoto ukazatele v cestovní kanceláři BON TON, s. r. o., má spíše klesající charakter. Nejvyšší hodnoty dosáhl tento ukazatel roku 2006, kdy byl na úrovni 34,67 %. V roce 2007 dosáhla cestovní kancelář hodnoty ukazatele ROE ve výši 13,72 %, což představuje výrazné snížení oproti roku 2006. V roce 2008 následoval další pokles tohoto ukazatele, a to na 8,79 %.

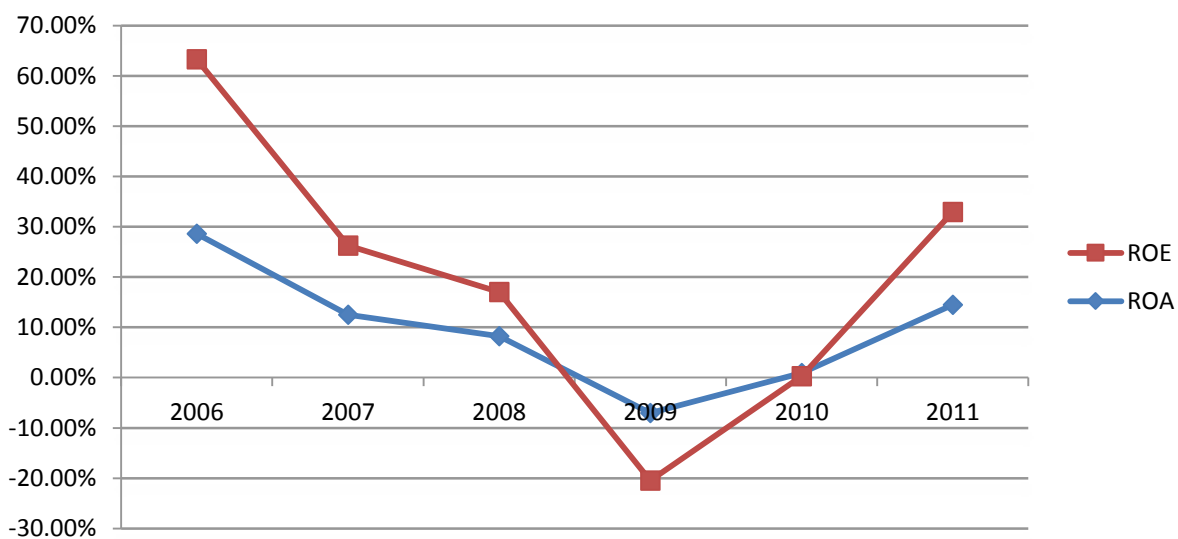
Od roku 2009 až do roku 2010 se ROE pohybuje dokonce v záporných hodnotách, to je způsobeno výrazným snížením čistého zisku v roce 2009 a 2010, jenž se propadl do záporných hodnot vlivem krizového vývoje. Tento ukazatel je ovlivňován také rentabilitou tržeb, která měla rovněž v letech 2009 a 2010 záporný charakter. V roce 2011 se hospodaření cestovní kanceláře zlepšilo, tudíž i hodnota ukazatele ROE se zvýšila oproti roku 2010 z - 0,62 % na 18,48 %. Čímž rentabilita vloženého kapitálu opět vzrostla oproti minulým krizovým létům. Vývoj ukazatele ROE je znázorněn v následujícím grafu.

Graf č. 3.6: Vývoj ukazatele ROE v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 3.7: Ukázka vývoje ukazatele ROE a ROA v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

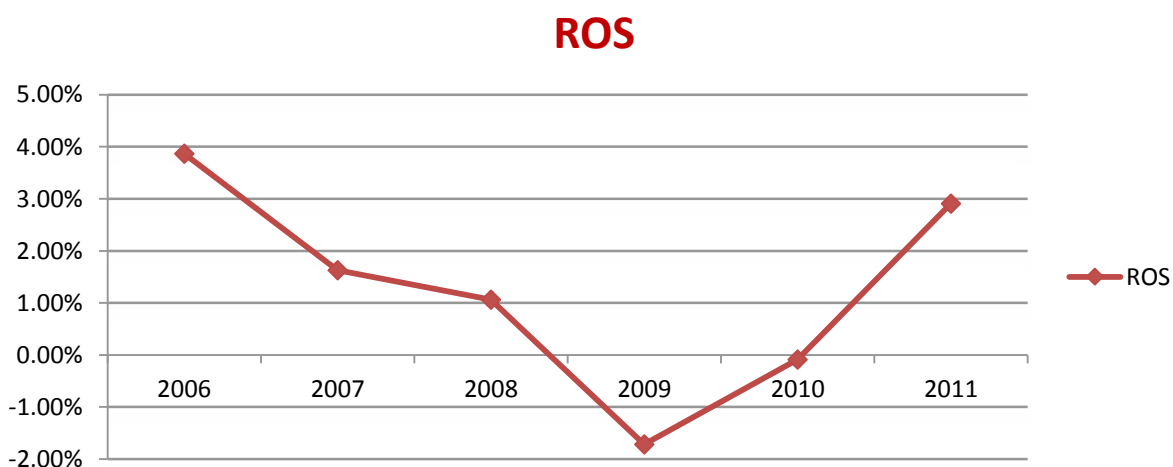
Rentabilita tržeb (Return On Sales – ROS)

Ukazatel rentability tržeb vyjadřuje ziskovou marži, která je důležitým ukazatelem pro hodnocení úspěšnosti podnikání. Zisk je vztažen k tržbám jako k nejdůležitější položce

výnosů. Čím vyšší hodnota ukazatele ROS, tím je firma ziskovější. Rentabilita tržeb se v cestovní kanceláři BON TON, s. r. o., vyvíjela ve sledovaném období následovně. Roku 2006 dosahovala CK nejvyššího čistého zisku z celého sledovaného období. ROS byla na úrovni 3,87 %. V letech 2007 a 2008 ziskovost začala klesat, kdy v roce 2008 poklesla oproti roku 2006 téměř o 73 %.

V roce 2009 a 2010 se tento ukazatel, díky krizovému vývoji, pohyboval v záporných hodnotách. Přičemž v roce 2009 byl zaznamenán nejvyšší pokles tržeb. Tržby v tomto roce poklesly o 144 % oproti roku 2006. Tato situace byla způsobena menším počtem klientů. Vlivem krize lidé nakupovali mnohem méně zájezdů a dovolených, což se promítlo na tržbách cestovní kanceláře a následně poté také na záporném čistém zisku. V roce 2011 ROS opět vzrostla, avšak stále byla její hodnota o 25 % nižší než v roce nejziskovějším, tedy v roce 2006. Pro lepší představivost tohoto vývoje se podívejme na následující graf č. 3.8.

Graf č. 3.8: Vývoj ukazatele ROS ve společnosti BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Rentabilita úplatného kapitálu (Return On Capital Employed – ROCE)

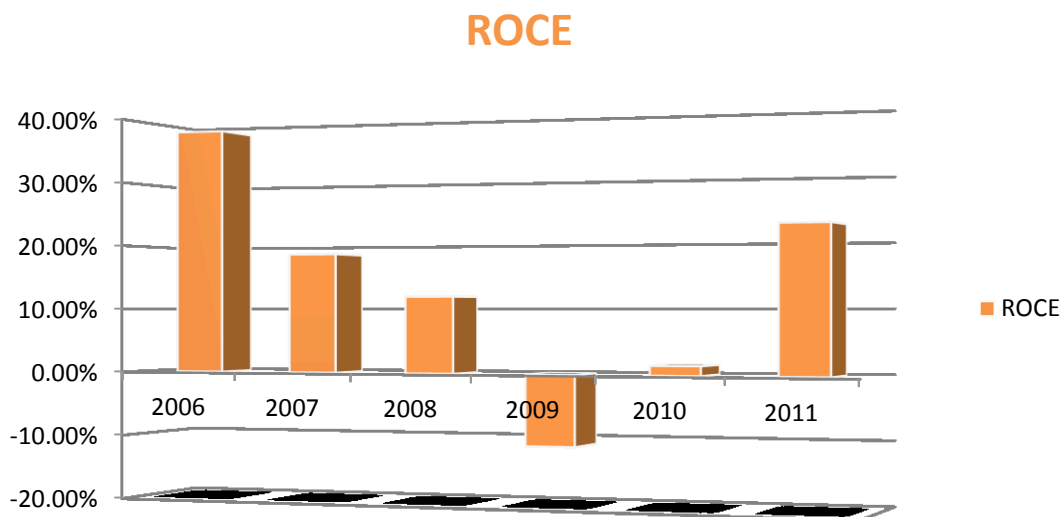
Za úplatný kapitál podniku se považuje veškerý kapitál, který s sebou nese náklad, tzn. vlastní kapitál, dlouhodobé a krátkodobé cizí zdroje nesoucí úrok. Jde o ukazatele, který

vyjadřuje míru zhodnocení všech aktiv společnosti financovaných vlastním i cizím kapitálem. Tento ukazatel vyjadřuje také efektivnost hospodaření společnosti.

Stejně tak jako předchozí ukazatelé, především tedy ukazatelé ROA a ROE, má také tento ukazatel nejvyšší hodnota v roce 2006 a to 38,26 %. V následujících letech, tedy v období let 2007 a 2008 vykazuje tento ukazatel klesající tendenci. Kdy roku 2008 dokonce poklesl oproti roku 2006 o 69 %. V roce 2009 nastal nejrapidnější pokles tohoto ukazatele, když se jeho hodnota ustálila na -10,90 %. To představuje pokles o 129 % oproti již zmiňovanému roku 2006. Tedy pokles z 38,26 % na -10,90%. To bylo především důsledkem snížení EBITu. Když cestovní kancelář vykázala v roce 2009 zisk v hodnotě -1 164 tis. Kč. I zde je tedy patrný vliv krize na hospodaření cestovní kanceláře. V důsledku snížení tržeb poklesl také zisk společnosti a výše ukazatele ROCE byla touto skutečností značně ovlivněna.

Na záporné hodnotě tohoto ukazatele se podílel také menší objem vlastního kapitálu, jehož výše dosáhla roku 2009 hodnoty 9 379 tis. Kč, což je nejnižší hodnota vlastního kapitálu za celé sledované období. Od roku 2010 zaznamenal ukazatel ROCE opět rostoucí charakter, jak je patrné z grafu č. 3.9.

Graf č. 3.9: Vývoj ukazatele ROCE v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

3.1.3 Ukazatelé zadluženosti

Pojem „zadluženost“ vyjadřuje skutečnost, že podnik využívá k financování aktiv cizí zdroje, tedy dluh. Jedním ze základních problémů finančního řízení podniku je vedle stanovení celkové výše potřebného kapitálu, také volba správné skladby zdrojů jeho financování. Podstatou těchto ukazatelů je najít optimální vztah mezi vlastním a cizím kapitálem.

Tab. č. 3.3: Ukazatelé zadluženosti CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Celková zadluženost (%)	39,94	34,15	36,40	43,39	43,97	40,65
Koeficient samofinancování (%)	60,66	65,85	60,76	56,61	56,03	59,35
Míra zadluženosti	0,65	0,52	0,60	0,77	0,78	0,68
Úrokové krytí	70,54	16,2	10,37	-12	1,75	37,86
Úrokové zatížení (%)	1,42	6,17	9,64	-8,33	57,24	2,64
Krytí DM vlastním kapitálem	1,8	1,87	1,86	1,66	1,92	2,33

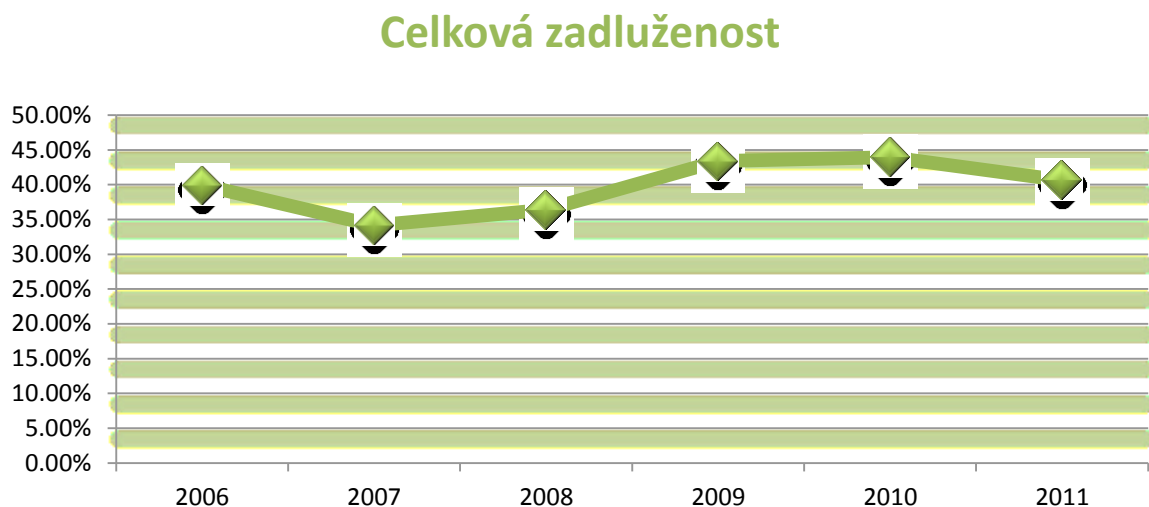
Zdroj: vlastní zpracování

Celková zadluženost

Celková zadluženost je základním ukazatelem zadluženosti. Její doporučená hodnota se pohybuje mezi 30-60 %. Ukazuje poměr celkových závazků k celkovým aktivům a nazývá se také ukazatelem věřitelského rizika. Obecně platí, že čím vyšší je hodnota tohoto ukazatele, tím je také riziko pro věřitele vyšší. Z grafu č. 3.10 je patrné, že cestovní kancelář vykazuje, po celé sledované období, celkovou zadluženost pohybující se poměrně vyrovnaně, a to na úrovni cca 30-50 %.

Roku 2006 dosahovala hodnota celkové zadluženosti 39,94 %, ale hned roku 2007 poklesla na 34,15 %. V letech 2008 až 2010 měla celková zadluženost společnosti stoupající tendenci. V roce 2011 procento celkové zadluženosti kleslo ze 43,97 % na 40,65 %. Vývoj ukazatele věřitelského rizika lze hodnotit jako příznivý.

Graf č. 3.10: Vývoj celkové zadluženosti CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011
v %



Zdroj: vlastní zpracování

Koeficient samofinancování

Tento ukazatel využívá poměru vlastního kapitálu k celkovým aktivům. Jde o doplňkový ukazatel k ukazateli věřitelského rizika a jejich součet by měl být přibližně 1, tedy 100 %. V tabulce č. 3.4 se můžeme přesvědčit, že součet celkové zadluženosti a koeficientu samofinancování cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., v každém sledovaném roce odpovídá 100 %. S nepatrnými odchylkami v letech 2006 a 2008.

Koeficient samofinancování je považován za jeden z nejdůležitějších poměrových ukazatelů zadluženosti a je vhodný pro vyhodnocení celkové finanční situace podniku.

U tohoto ukazatele je žádoucí rostoucí trend. Tento rostoucí trend se cestovní kanceláři daří udržovat v letech 2006 a 2007, kdy ukazatel vzrostl z 60,66 % na 65,85 %. Od roku 2007 však dochází k poklesu tohoto ukazatele, a to až na 56,03 % v roce 2010. Roku 2011 se koeficient samofinancování zvýšil z 56,03 % na 59,35 %. Rostoucí trend tohoto ukazatele je sice žádoucí, ale zároveň by znamenal, že cestovní kancelář využívala značnou část vlastního kapitálu pro financování podniku. Díky čemuž by docházelo ke zbytečnému finančnímu

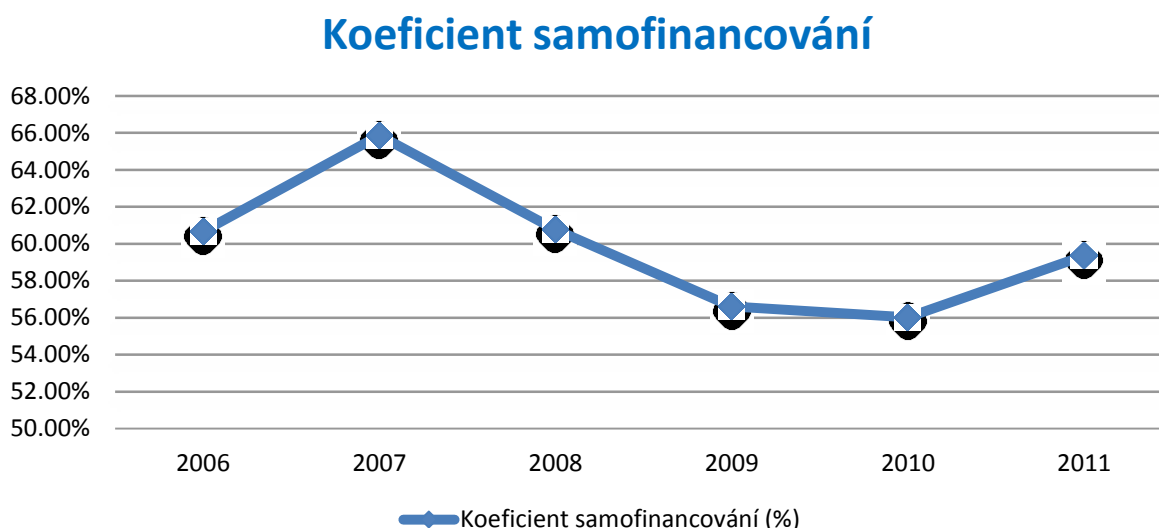
zatěžování podniku. Lze tedy říci, že spíše klesající charakter toho ukazatele, který lze vypočítat z grafu č. 3.11., nebyl pro CK nikterak omezující.

Tab. č. 3.4: Tabulka ukazující součet koeficientu samofinancování a věřitelského rizika v %

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Celková zadluženost	39,94	34,15	36,40	43,39	43,97	40,65
Koeficient samofinancování	60,66	65,85	60,76	56,61	56,03	59,35
Součet obou ukazatelů	100,6	100	97,16	100	100	100

Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 3.11: Vývoj koeficientu samofinancování v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011 v %



Zdroj: vlastní zpracování

Míra zadluženosti

Tento ukazatel poměří vlastní a cizí kapitál a je dalším často využívaným ukazatelem zadluženosti. V případě, že by cestovní kancelář např. chtěla žádat o bankovní úvěr, banka se bude soustředit právě na tento ukazatel. Z grafu č. 3.12 je patrná docela velká

míra zadluženosti cestovní kanceláře. Což je dáno především skutečností, že CK pořídila roku 2006 dlouhodobý bankovní úvěr od České spořitelny pro financování nemovitosti.

Od roku 2008 do roku 2010 se míra zadlužení opět navýšila, a to především z důvodu nižší platební schopnosti cestovní kanceláře. Objem krátkodobých závazků se v roce 2008 až 2010 zvýšil, což ovlivnilo právě míru zadluženosti. Lze předpokládat, že důvodem byla právě probíhající recese, která snížila objem tržeb společnosti. Tím pádem byla společnost nucena vytvořit si krátkodobé závazky, protože neměla finanční prostředky ihned k dispozici. Roku 2011 zadluženost opět poklesla. Vývoj míry zadluženosti ukazuje graf č. 3.12.

Graf č. 3.12: Vývoj míry zadluženosti CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Úrokové krytí

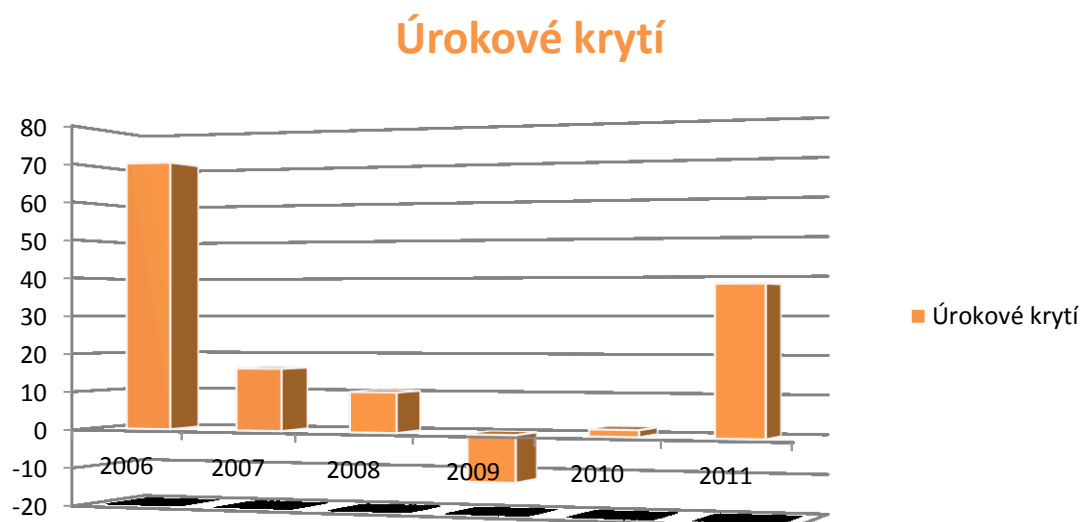
Ukazatel úrokového krytí naznačuje výši zadluženosti pomocí schopnosti podniku splácet úroky. Na tento ukazatel je důležité se podívat. Cestovní kancelář si totiž, jak již bylo řečeno, vzala roku 2006 dlouhodobý bankovní úvěr.

Jestliže by měl tento ukazatel hodnotu 1, znamenalo by to, že cestovní kancelář vytvořila zisk, který byl dostatečný pro splácení úroků věřitelům, ale na daně a pro vlastníka jí

už nic nezbylo. Když se podíváme do grafu č. 3.13., který reprezentuje vývoj úrokového krytí, zjistíme, že vývoj není vůbec příznivý, a to především v krizových letech. V roce 2006 dosahovala hodnota úrokového krytí 70,54. To znamená, že cestovní kancelář 70,54 krát pokryla svou výši výdělku nákladové úroky. V roce 2007 to bylo již jen 16,20 krát a roku 2008 byla schopna pouze 10,37 krát pokrýt nákladové úroky svou výší výdělku.

Podíváme-li se však na rok 2009, zjistíme, že v tomto roce nebyla v žádném případě schopna pokrýt ani výši svých nákladových úroků. Její výsledek hospodaření vykazoval v tomto roce zápornou hodnotu, která byla způsobena především vlivem krize. Od roku 2010 začal ukazatel úrokového krytí opět vykazovat kladné hodnoty.

Graf č. 3.13: Vývoj úrokového krytí v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Úrokové zatížení

Úrokové zatížení ukazuje, kolik zisku odčerpávají úroky. Obecně platí, že pokud je tento ukazatel nízký tak si firma může dovolit vyšší zadluženost. Ukazatel úrokového zatížení měl nejvyšší hodnotu roku 2010, kdy se jeho hodnota rovnala 57,24 %. Právě v tomto roce tedy pro cestovní kancelář nebylo vůbec vhodné pořizovat si další úvěr a opět se tak zadlužit.

V roce 2009, kdy měla ekonomická krize největší vliv na hospodaření cestovní kanceláře, se hodnota úrokového zatížení rovnala - 8,33 %. To znamená, že CK nebyla vůbec schopna pokrýt své nákladové úroky. Což je patrné také z výpočtu ukazatele úrokového krytí, který v roce 2009 taktéž nezaznamenal příznivé hodnoty. Nejnižší hodnota úrokového zatížení byla roku 2006, tedy nejvhodnější doba pro pořízení úvěru, což ukazuje také graf č. 3.14. V tomto roce si cestovní kancelář dlouhodobý úvěr také pořídila.

Graf. č. 3.14: Vývoj úrokového zatížení v CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

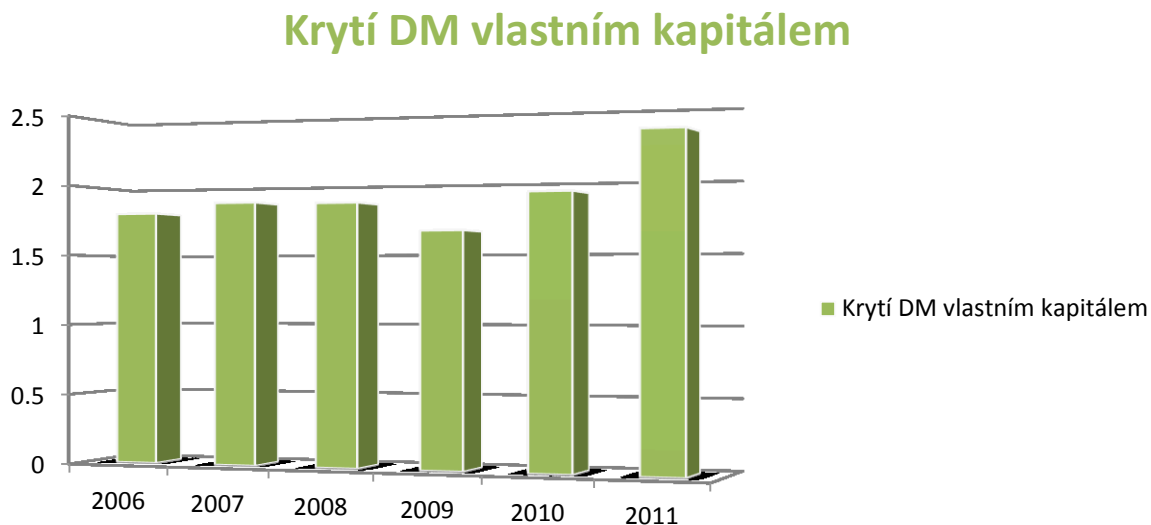


Zdroj: vlastní zpracování

Krytí dlouhodobého majetku vlastním kapitálem

Tento ukazatel vyjadřuje, jak je dlouhodobý majetek krytý vlastním kapitálem. Následující graf ukazuje, že poměr vlastního kapitálu na dlouhodobém majetku cestovní kanceláře je vyšší než 1. To znamená, že cestovní kancelář používá vlastní kapitál i ke krytí oběžných aktiv, což svědčí o tom, že podnik dává přednost finanční stabilitě před výnosem.

Graf č. 3.15: Vývoj ukazatele krytí DM vlastním kapitálem CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

3.1.4 Ukazatelé aktivity

Tito ukazatelé měří schopnost společnosti využívat investované finanční prostředky a vázanost jednotlivých složek kapitálu v aktivech a pasivech. Vývoj těchto ukazatelů ukazuje tab. č. 3.5.

Tab. č. 3.5: Ukazatelé aktivity společnosti BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Doba obratu pohledávek (dny)	24	24	23	33	24	28
Doba obratu závazků (dny)	17	11	20	29	34	35
Obrat aktiv	5,43	5,55	5,02	4,42	4,05	3,77
Obrat pohledávek	15,28	15,38	15,96	11,18	15	13
Obrat závazků	21,56	34,06	18,11	12,44	10,82	10,44

Zdroj: vlastní zpracování

Doba obratu pohledávek

Ukazuje dobu existence kapitálu ve formě pohledávek a počítá se jako podíl průměrného stavu pohledávek a průměrných denních tržeb. Zachycuje, jak dlouho podnik musí čekat od vzniku pohledávky, do doby, než obdrží platby od svých odběratelů. Doporučovanou hodnotou je běžná doba splatnosti faktur.

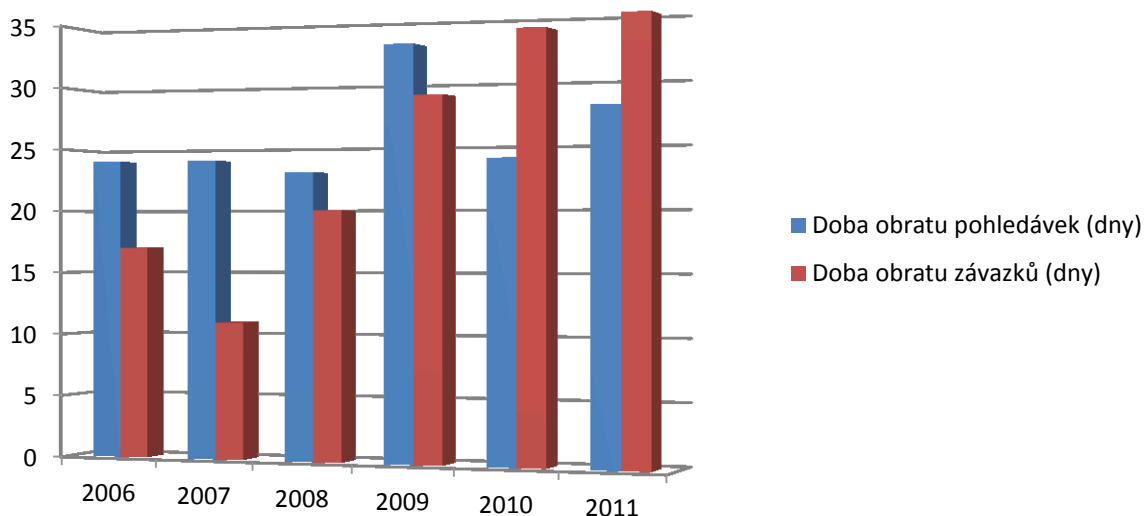
Delší průměrná doba inkasování pohledávek znamená pro firmu vyšší náklady, které plynou z větší potřeby úvěrů. Doba obratu pohledávek CK se pohybuje v průměru mezi 26 dny. Přičemž nejdelší byla v roce 2009 a to 33 dnů. Tato situace značí delší dobu splatnosti pohledávek, která byla odrazem zhoršené finanční situace odběratelů cestovní kanceláře. Tím pádem se i jejich platby značně zpožďovaly.

Doba obratu závazků

Vyjadřuje dobu od vzniku závazku do doby jeho uhrazení. Tento ukazatel by měl dosahovat alespoň hodnoty doby obratu pohledávek. U cestovní kanceláře se pohybuje průměrná doba obratu závazků v čase 24 dnů.

Od roku 2006 do roku 2009 je vždy kratší, než doba obratu pohledávek. V roce 2009 byla doba obratu závazků cestovní kanceláře 29 dnů. V roce 2010 to bylo již 34 dnů a v roce 2011 ještě o jeden den více, tedy 35 dnů. Právě zvýšení tohoto ukazatele reprezentuje, že CK po roce 2009 poklesla platební schopnost, a to díky krizi, se kterou se cestovní kancelář potýkala. Vztah doby obratu pohledávek a doby obratu závazků vyjadřuje graf č. 3.16.

Graf č. 3.16: Vývoj doby obratu pohledávek a závazků CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

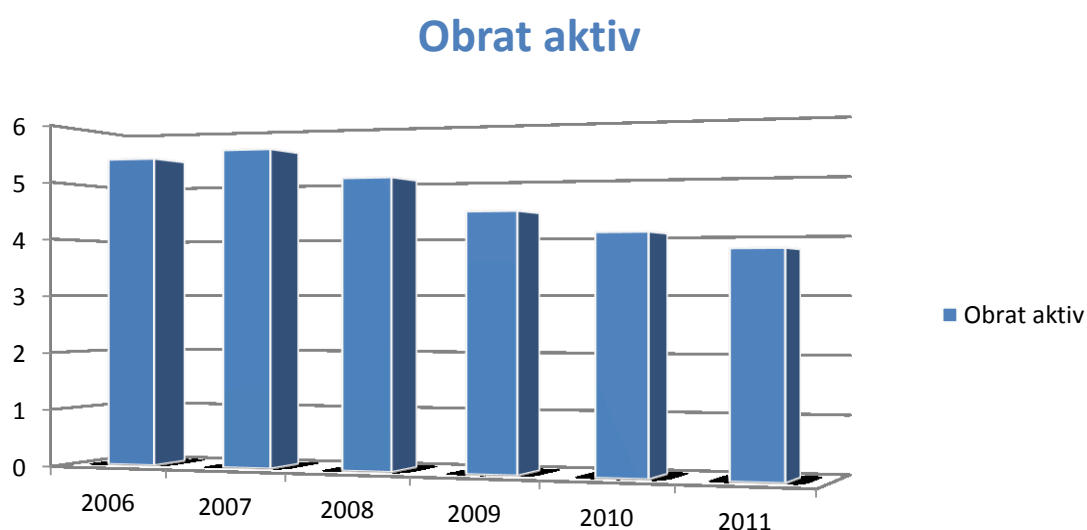
Z grafu č. 3.16 je patrné, že doba obratu závazků je až na rok 2010 a 2011 vždy kratší než doba obratu pohledávek. V roce 2009 dosahovala doba obratu závazků 29 dnů. Roku 2010 byla doba obratu závazků prodloužena na 34 dnů, což bylo způsobeno menším množstvím peněžních prostředků, které měla CK k dispozici. Doba obratu závazků se i nadále zvyšovala a roku 2011 trvala o jeden den více, než v roce předcházejícím. Lze říci, že v období let 2006 až 2009 nebylo dodrženo pravidlo „solventnosti“. Toto pravidlo ukazuje vztah mezi dobou obratu pohledávek a závazků. A je splněno v případě, že doba obratu pohledávek je kratší, než doba obratu závazků.

Cestovní kancelář byla až do roku 2010 schopna splácet své závazky, aniž by inkasovala peníze od svých dlužníků. Od roku 2010 do roku 2011 bylo pravidlo solventnosti splněno. Doba obratu pohledávek byla kratší než doba obratu závazků. Společnost začala více využívat vrácených peněz od dlužníků pro krytí svých vlastních závazků, jelikož neměla dostatečné množství vlastních peněžních prostředků na úhradu dluhů.

Obrat aktiv

Všeobecně platí, že čím vyšší je hodnota tohoto ukazatele, tím lépe pro společnost. Minimální hodnota tohoto ukazatele, která je doporučována je 1. Žádoucí je rostoucí trend tohoto ukazatele. Jak je zřejmé z grafu č. 3.17., obrat aktiv cestovní kanceláře má spíše klesající tendenci, což značí nepříznivý vývoj. Obrat aktiv poklesl od roku 2007 do roku 2011 téměř o 32 %.

Graf č. 3.17: Vývoj obratu aktiv společnosti BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Obrat pohledávek a závazků

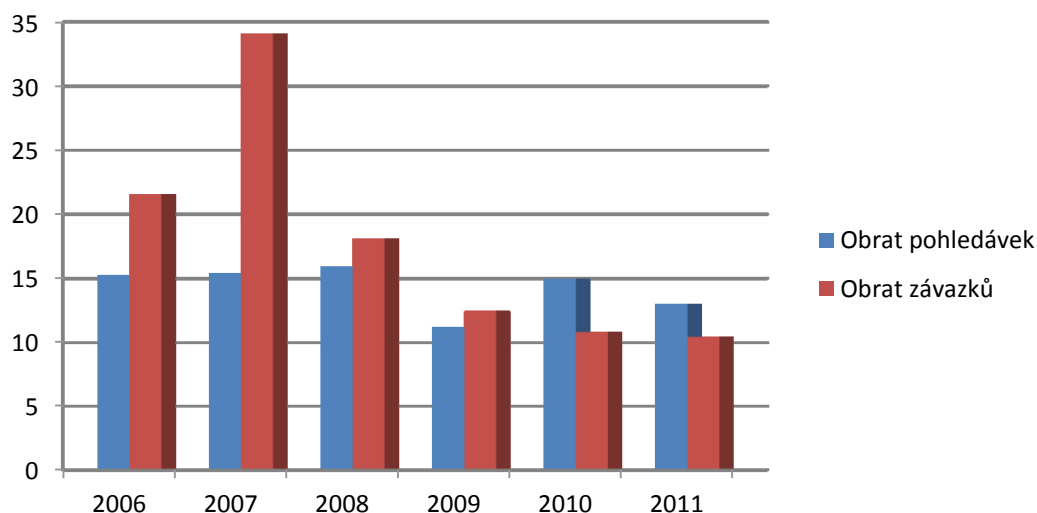
Obratovost pohledávek je vyjadřována poměrem tržeb k pohledávkám. Jejím doplňkovým ukazatelem je doba obratu pohledávek. Stejně tak obratovost závazků je ukazatel, který ukazuje poměr tržeb k závazkům. K tomuto ukazateli lze vypočítat také doplňkového ukazatele, a to dobu obratu závazků. Obecně lze říci, že je požadována co největší doba obratovosti. Tento požadavek je dán skutečností, že právě obratovost nám ukazuje, kolikrát se daná položka přemění na peníze.

Obrat pohledávek má u cestovní kanceláře od roku 2006 do roku 2009 mírně stoupající tendenci, což odpovídá vývoji doby obratu pohledávek. Tato situace značí příznivý

vývoj. Znamená to, že pohledávky od odběratelů byly placeny v relativně krátké době a tím pádem byla obratovost nejvyšší. Roku 2009 nastal pokles na 11,18, což představuje prodloužení doby obratu pohledávek. Roku 2010 měl obrat pohledávek opět rostoucí charakter, avšak roku 2011 nastal další pokles.

Obratovost závazků má od roku 2006 do roku 2007 rostoucí tendenci. Ovšem roku 2008 obratovost závazků poklesla oproti roku 2007 o 47 % a v následujících letech byl její charakter stále klesající.

Graf č. 3. 18: Vývoj obratu pohledávek a závazků CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

3.2 SOUSTAVY ÚČELOVĚ VYBRANÝCH UKAZATELŮ

Bankrotní modely

Cílem bankrotních modelů je zjistit, zda v blízké budoucnosti hrozí podniku bankrot. Tyto modely nejčastěji vycházejí z předpokladu, že takováto firma má problémy s likviditou, s výší ČPK a s rentabilitou vloženého kapitálu. Mezi tyto modely patří indexy IN a Tafflerův model. Tyto modely budou aplikovány na cestovní kancelář BON TON, s. r. o., aby bylo zjištěno, zda ekonomická krize ovlivnila bonitu společnosti. A jestliže ano, tak jakým způsobem.

3. 2. 1 IN INDEX – index důvěryhodnosti

Tento index důvěryhodnosti byl sestaven manželi Inkou a Ivanem Neumaierovými na základě matematicko-statistických modelů ratingu a praktických zkušeností při analýze finančního zdraví podniku. Pro podmínky ČR byl nejprve sestaven model IN 95. Tento model hodnotil podnik zejména z hlediska věřitelů. Proto byl roku 2002 sestaven manželi Neumaierovými další index, a to IN 99, pro hodnocení výkonnosti podniku z hlediska vlastníka. Tento model bude taktéž aplikován na námi zkoumaný ekonomický subjekt.

Dále byl sestaven model IN 01, který spojuje východiska obou předchozích modelů. Model IN 01 byl v roce 2005 aktualizován a vznikl tak nový, prozatím také poslední model IN 05, který bude na cestovní kancelář aplikován také.

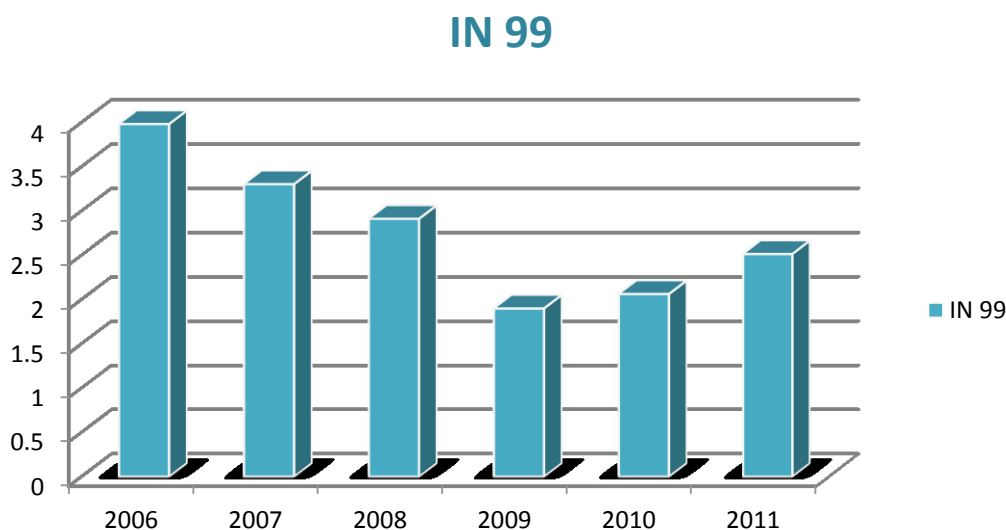
Tab. č. 3.6: Výpočet indexu IN 99 CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
- 0,017 . (CZ/A)	-0,007	-0,006	-0,006	-0,007	-0,007	-0,007
4,573 . (EBIT/A)	1,309	0,573	0,377	-0,321	0,042	0,662
0,481 . (V/A)	2,649	2,697	2,508	2,201	2,004	1,832
0,015 . (OA/KZ + KBU)	0,029	0,037	0,031	0,024	0,021	0,025
IN 99	3,98	3,301	2,91	1,897	2,06	2,512

Zdroj: vlastní zpracování

Pokud je hodnota indexu vyšší než **2,07**, znamená to, že podnik dosahuje ekonomického zisku. Jestli-že je hodnota indexu pod **0,684** – podnik je ve ztrátě a vykazuje záporný ekonomický zisk. Interval šedé zóny, který je v rozmezí **0,648 – 2,07**, značí, že v podniku jsou určité problémy.

Graf č. 3.19: Vývoj indexu IN 99 CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Po výpočtu indexu IN 99 lze konstatovat, že hospodaření cestovní kanceláře bylo ovlivněno ekonomickou krizí, a to v letech 2009 a 2010, kdy se společnost nacházela v tzv. šedé zóně. Tyto roky pro společnost nebyly příznivé a cestovní kancelář se potýkala s různými problémy. Důvody, proč se podnik právě v těchto letech nacházel v oblasti šedé zóny, souvisejí s výrazným poklesem tržeb v roce 2009, kdy dosahovala rentabilita tržeb nejnižší, dokonce záporné hodnoty. Také záporná hodnota ukazatele ROE, nižší hodnota ČPK

spolu s poklesem okamžité likvidity na 0,54 v roce 2009 nepřispěli k lepším výsledkům hospodaření CK.

V roce 2010 byly tržby také velmi nízké, avšak vyšší než v roce 2009. Proto také index IN 99 vykázal v roce 2010 vyšší hodnotu, než v roce 2009. Tato hodnota se však stále pohybovala v pásmu šedé zóny. Další skutečností, se kterou se společnost v letech 2009 a 2010 potýkala, byl záporný výsledek hospodaření. V roce 2009 dosahoval čistý zisk společnosti hodnoty – 1 261 tis. Kč. Což znamenalo pokles o 143 % oproti roku 2006. Vliv krize na hospodaření CK byl opravdu znatelný. Logicky se tedy promítnul také do indexu důvěryhodnosti IN 99.

Tab. č. 3.7: Výpočet indexu IN 05 společnosti BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

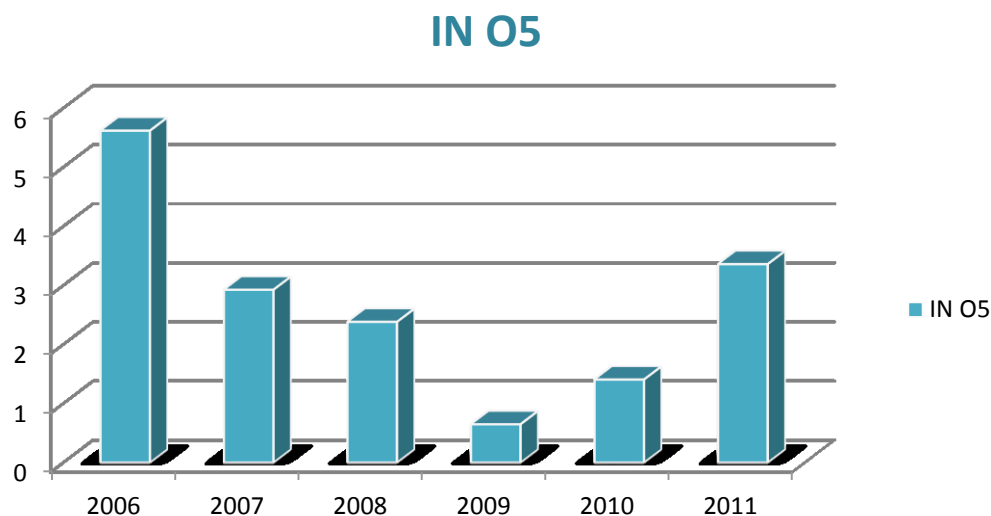
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
0,13 . (A/CZ)	0,33	0,381	0,357	0,3	0,296	0,32
0,04 . (EBIT/NÚ)	2,821	0,648	0,415	-0,48	0,07	1,514
3,97 . (EBIT/A)	1,136	0,497	0,327	-0,279	0,036	0,575
0,21 . (V/A)	1,157	1,177	1,095	0,961	0,875	0,8
0,09 . (OA/KZ + BU)	0,174	0,222	0,187	0,145	0,128	0,149
IN 05	5,618	2,925	2,381	0,647	1,405	3,358

Zdroj: vlastní zpracování

U tohoto indexu platí následující. Je-li hodnota indexu větší než **1,6** – podnik vytváří hodnotu. Pokud je hodnota indexu nižší než **0,9**, podnik hodnotu nevytváří a má nejvyšší předpoklad zbankrotovat. Hodnota indexu v rozmezí **0,9 – 1,6** reprezentuje podnik, jenž se nachází v šedé zóně, tedy podnik vykazující jisté problémy.

Index IN 05 je posledním, nejaktualizovanějším indexem od manželů Neumaierových. Byl změněn na základě analýzy průmyslových podniků v roce 2004.

Graf č. 3.20: Vývoj indexu IN05 CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

Index IN 05 vypočítaný na základě údajů z CK BON TON, s. r. o., vykázal výsledky velmi podobné, jako IN index 99. Ovšem o něco více negativní. Rok 2006 je z celého sledovaného období rokem nejlepším, dosahuje nejvyšší hodnoty. Od roku 2006 do roku 2008 index klesá, přesto se jeho hodnoty stále pohybují v přijatelné hranici. Avšak opět můžeme pozorovat velmi negativní vývoj v letech 2009 a 2010. Přičemž podle indexu lze roku 2009 společnost charakterizovat jako značně ztrátovou, tedy bankrotující.

V roce 2010 se situace mírně zlepšila a společnost přešla ze ztrátové pozice na úroveň „šedé zóny“. Tato zóna značí, že se společnost stále potýkala s velkými problémy, jež byly způsobeny především ekonomickou krizí. Ale je pozitivní, že výše hodnoty indexu vzrostla oproti roku 2009, který byl pro firmu jistě nejhorším. V roce 2010 je hodnota indexu dokonce 3,358, což je velmi příznivé a značí to, že se CK s krizí vyrovnala a nenechala se jí pohltit. Index 3,358 je sice o 41 % nižší než v roce 2006, ale důležitý je fakt, že vrostl oproti roku nejkrizovějšímu, tedy roku 2009.

3. 2. 2 TAFFLERUV MODEL

Je dalším modelem, jenž sleduje riziko bankrotu firmy. Pro aplikaci tohoto modelu na cestovní kancelář BON TON, s. r. o., využijeme modifikované verze Tafflerova modelu, která počítá s tím, že nemáme k dispozici podrobnější údaje a od základního tvaru se liší pouze v poslední položce.

Tab. č. 3.8: Výpočet Tafflerova modelu pro CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
0,53 . (EBT/KZ)	0,593	0,27	0,142	-0,109	0,005	0,207
0,13 . (OA/CZ)	0,161	0,217	0,206	0,179	0,167	0,191
0,18 . (KZ/A)	0,045	0,042	0,05	0,067	0,071	0,065
0,16 . (T/A)	0,869	0,888	0,804	0,708	0,648	0,602
Tafflerův model	1,668	1,417	1,202	0,845	0,891	1,065

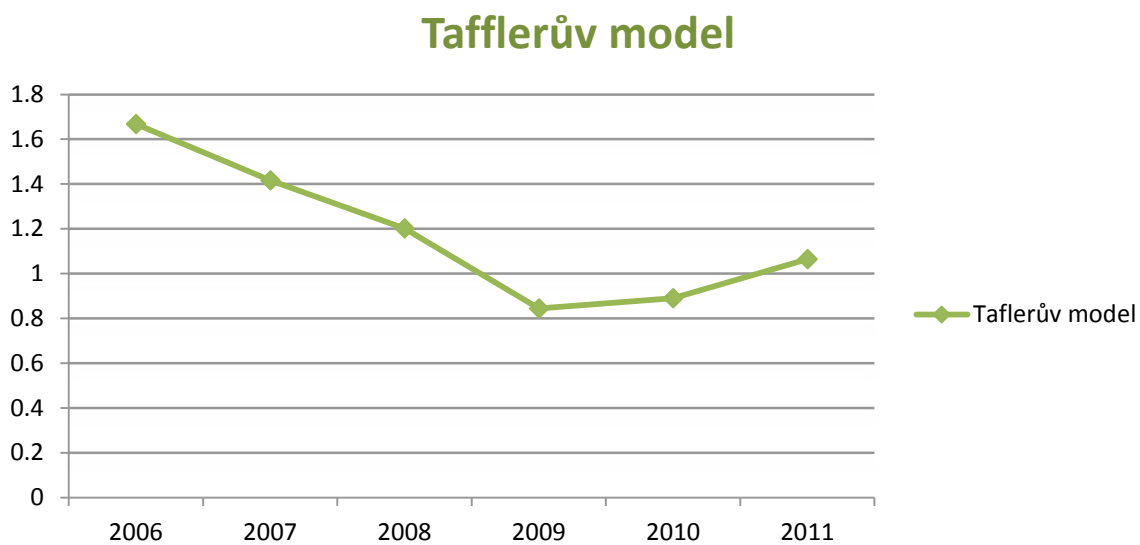
Zdroj: vlastní zpracování

Hodnocení Tafflerova modifikovaného modelu je následující. Jestliže je výsledek nižší než **0,2**, znamená to velkou pravděpodobnost bankrotu firmy. Pokud je výsledek větší než **0,3**, značí to jen velmi malou pravděpodobnost bankrotu firmy, ne-li žádnou.

Po aplikaci Tafflerova modifikovaného modelu na CK BON TON, s. r. o., je patrné, že v celém sledovaném období společnost vykazuje hodnoty vyšší než 0,3. Tuto skutečnost ukazuje tab. č. 3. 8. Od roku 2006 do roku 2009 mají sice hodnoty Tafflerova modelu klesající tendenci, ovšem v žádném sledovaném roce neklesly pod hranici bankrotu. Dokonce ani v letech 2009 a 2010, kdy měla hospodářská krize největší dopad na hospodaření cestovní kanceláře.

V porovnání s výsledky indexů důvěryhodnosti můžeme posoudit vývoj situace dle Tafflerova modifikovaného modelu v CK velmi pozitivně. Výsledky Tafflerova modelu ukazují, že se společnost nedostala na hranici bankrotu v žádném sledovaném roce, což je jistě způsobeno malým rozpětím pro rozpoznání ztrátovosti a neztrátovosti podniku. Vývoj Tafflerova modelu je vyjádřen v následujícím grafu.

Graf č. 3.21. Taflerův model pro CK BON TON, s. r. o., v letech 2006 až 2011



Zdroj: vlastní zpracování

4 DEFINOVÁNÍ PROBLÉMOVÝCH MÍST VE VZTAHU K HOSPODÁŘSKÉ KRIZI

V závislosti na předešlé kapitole budou nyní definována problémová místa, jejichž vznik byl zapříčiněn právě probíhající ekonomickou recesí. V této kapitole bude zhodnoceno, které oblasti hospodaření CK BON TON, s. r. o., ovlivnila světová krize nejvíce. Pojmy budou postupně definovány a uspořádány jako v aplikační části bakalářské práce. Úvodem bude zhodnocena likvidita, což poslouží ke zjištění, zda měla společnost potíže s množstvím finančních prostředků v době krize a jestli byla schopna pokrýt veškeré své závazky i v krizových letech. Následně budou ohodnoceni ukazatelé rentability, díky nimž bude zjištěna schopnost společnosti tvořit zisk. Ukazatelé zadluženosti pomohou vyhodnotit strukturu finančních zdrojů podniku a díky ukazatelům aktivity bude možné identifikovat vázanost kapitálu v jednotlivých formách majetku.

Na základně bankrotních modelů – IN indexů důvěryhodnosti a Tafflerova modelu bude zhodnocena bonita cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., v době recese a posouzeno, které roky byly pro CK v období krize nejméně příznivými.

4. 1 Ukazatelé likvidity

Za problémová místa v oblasti likvidity cestovní kanceláře, jež souvisejí s nepříznivým vývojem ekonomiky v zemi lze považovat:

- **hodnotu okamžité likvidity v roce 2009 na úrovni 0,54;**
- **pokles ČPK v roce 2008 a 2009 na 3 983 a 3 143 tis. Kč.**

Nižší hodnota okamžité likvidity a pokles ČPK v letech 2008 a 2009 lze pokládat za přímý následek probíhající recese. V roce 2008 krize ovlivnila výši oběžných aktiv společnosti a snížila jejich hodnotu, avšak ne natolik, aby cestovní kancelář nebyla schopna uhradit veškeré své závazky. Stejně tak větší pokles čistého pracovního kapitálu v letech 2008 a 2009 byl způsoben krizovým vývojem, na který zákazníci v tomto období reagovali menším zájmem o dovolené. Cestovní kancelář díky recesi vykazovala nižší tržby, měla nižší objem oběžného majetku, a tudíž menší objem peněžních prostředků, které by jinak mohla použít

např. pro uskutečňování podnikatelských záměrů či k jejich zhodnocení na bankovních účtech.

4. 2 Ukazatelé rentability

K problémovým místům v oblasti rentability podniku patří především tyto vyvíjející se ukazatelé:

- **pokles ROA v roce 2009 o 124 % oproti roku 2006;**
- **záporné hodnoty ukazatele ROE v letech 2009 a 2010;**
- **nejvyšší pokles tržeb v roce 2009 za celé sledované období, hodnota ROS – 1,72 %;**
- **nízký objem vlastního kapitálu v roce 2009, ROCE na úrovni – 10,90 %.**

Lze říci, že právě oblast rentability CK BON TON, s. r. o., ovlivnila hospodářská krize v nejvyšší míře. Pro všechny ukazatele rentability je charakteristická jejich záporná hodnota v roce 2009. Tento rok tedy můžeme ohodnotit jako rok nejztrátovější. Krize na něj měla podstatný vliv a značně otrásla hospodařením společnosti. Což je však logické, protože právě oblast ziskovosti je při ekonomických výkyvech postižena nejdříve a nejvíce.

Cestovní kancelář se v roce 2009 potýkala s nižšími tržbami, které byly způsobeny právě menším počtem klientů, než tomu bylo v letech předcházejících. Dokonce i hodnota ROE byla nižší než hodnota ROA, jak si můžeme všimnout v grafu č. 3. 7., umístěném v kapitole praktické části bakalářské práce. Obecně je požadována větší hodnota ukazatele ROE, která by měla být vyšší než hodnota ukazatele ROA. Avšak společnost tuto podmínku v roce 2009 nedodržela, což značí nepříznivý a nežádoucí vývoj. Ekonomika se roku 2009 ocitla v nejsilnější vlně recese, ochota utrácet za méně důležité statky a služby značně poklesla, a tím pádem také zájem o zájezdy a dovolené zaznamenal výrazný útlum.

4. 3 Ukazatelé zadluženosti

Kritické oblasti z hlediska zadluženosti cestovní kanceláře jsou následující:

- **vyšší míra zadluženosti v letech 2008 až 2010;**
- **neschopnost CK pokrýt nákladové úroky v roce 2009.**

Cestovní kancelář si pořídila v roce 2006 dlouhodobý bankovní úvěr od České spořitelny, což značně navýšilo zadluženost společnosti. V roce 2008 až 2010 nastal opětovný nárůst míry zadluženosti, avšak z úplně jiného důvodu, než tomu bylo v roce 2006. Vlivem recese se snížily tržby a celkový objem finančních prostředků CK, která se tak ocitla v krátkodobé platební neschopnosti, a tím se i její krátkodobé závazky navýšily. Roku 2009 dokonce došlo k situaci, kdy cestovní kancelář nebyla schopna pokrýt ani nákladové úroky, jelikož sám čistý zisk dosahoval záporných hodnot a společnost se nacházela ve ztrátě.

4. 4 Ukazatelé aktivity

Nepříznivý vývoj v oblasti aktivity společnosti zaznamenali tyto ukazatelé:

- **prodloužení doby obratu pohledávek v krizovém roce 2009 téměř o týden (z hlediska průměru);**
- **prodloužení doby obratu závazků;**
- **klesající tendence obratu aktiv.**

Také aktivita společnosti byla krizí ovlivněna. Zejména pak doba obratu pohledávek, která se v roce 2009 zvýšila oproti průměrným 26 dnům na 33 dnů. Tato situace byla dána nižší platební schopností odběratelů společnosti, kteří sami měli finanční potíže, a proto se snažili dobu splatnosti prodlužovat. V návaznosti na tuto skutečnost se prodloužila také doba obratu závazků CK. V roce 2009 byla o 5 dnů delší než doba průměrná (24 dnů), v roce 2011

delší dokonce o 11 dnů. Společnosti se zvýšily krátkodobé závazky, ale také splacení pohledávek od dlužníků trvalo déle. CK tak neměla k dispozici dostatečné množství finančních prostředků.

4. 5 IN index 99 a IN index 05

Oba modely, jak IN index 99, tak IN index 05 ve své podstatě shrnují poznatky, které byly zjištěny pomocí analýzy poměrových ukazatelů. **Z modelů jasně vyplývá, že rok 2009 byl nejhorším, nejztrátovějším a nejrizikovějším rokem z hlediska existence společnosti a její bonity.** V následujícím roce výsledky IN indexů také nebyly příznivé, ovšem stále dosahovaly příznivějších hodnot než v roce 2009. Krize měla v roce 2009 podstatný vliv na hospodaření cestovní kanceláře BON TON, s. r. o. Podle modelu IN 05 lze společnost v roce 2009 charakterizovat jako bankrotní. Což pouze odráží skutečnost, že cestovní kancelář v tomto roce dosahovala čistého zisku – 1 164 tis. Kč. Je až s podivem, že se společnost udržela po takto ztrátovém roce i nadále „na živu.“

4. 6 Tafflerův model

Tafflerův modifikovaný model hodnotí celé sledované období pozitivně a značí, že se společnost ani v jednom ze sledovaných let nenacházela ve ztrátě. Tento výsledek značně protirečí veškerým hodnotám, které byly zjištěny v analýze poměrových ukazatelů a také výsledkům IN indexů. Nutno připomenout, že Tafflerův model vznikl v jiných ekonomických podmínkách. Navíc tento model nabízí pouze úzkou šedou zónu, takže buď je podle modelu firma v pořádku, nebo v zóně bankrotu. I přesto si však můžeme všimnout, že v roce 2009 a 2010 byly hodnoty Tafflerova modifikovaného modelu ze všech hodnot sledovaných let nejnižší, jak ukazuje graf č. 3.20 v praktické části bakalářské práce.

4. 7 Opatření provedená v CK Bon Ton, s. r. o.

Rok 2009 byl pro cestovní kancelář Bon Ton, s. r. o., bezesporu rokem nejtěžším v oblasti dosažených hospodářských výsledků, které byly důsledkem právě probíhající ekonomické krize. Proto byla CK nucena přijmout určitá protikrizová opatření, která by

zabezpečila, aby se ztrátové výsledky z roku 2009 již neopakovaly. Díky akceptaci těchto opatření se roku 2010 finanční situace v CK vyvíjela mnohem stabilněji a společnost již nebyla krizí tolik zasažena. Jedná se o tato opatření:

- snížení kapacit v rizikových destinacích;
- změna ubytovacích kapacit a nové destinace pro rok 2010;
- pečlivá analýza nákladů, zisku a prodeje jednotlivých destinací za rok 2009;
- revize některých smluv s dodavateli;
- restrukturalizace pracovních míst;
- školení zaměstnanců;
- vyšší orientace na kvalitu poskytovaných služeb.

5 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo ukázat, jaký vliv měla světová krize na hospodaření cestovní kanceláře BON TON, s. r. o., ve sledovaném období. Objektem zkoumání se stala finanční stránka společnosti. K vyhodnocení finanční situace přispěly některé metody finanční analýzy. Důvodem zvolení finanční analýzy jako nástroje pro prověření hospodaření CK v období let 2006 až 2011 byla skutečnost, že právě finanční analýza se orientuje na finanční výkonnost podniku. Z několika metod finanční analýzy byla využita metoda poměrových ukazatelů a dva souhrnné modely hodnocení podniku, modifikovaný Tafflerův model a IN indexy důvěryhodnosti. Data potřebná pro sestavení finančního rozboru byla čerpána z internetové stránky www.justice.cz, na níž se nachází údaje potřebné k jeho vypracování. Jedná se o veškeré rozvahy i výkazy zisku a ztráty, z nichž bylo čerpáno.

Při podrobnějším zkoumání finanční situace podniku, na základě výpočtů poměrových ukazatelů likvidity, rentability, zadluženosti, aktivity a souhrnných modelů hodnocení podniku, bylo zjištěno následující. Světová ekonomická krize, jež se do ČR dostala ke konci roku 2008 a do dnešních dnů stále přetrvává, výrazně ovlivnila hospodaření cestovní kanceláře.

Především rok 2009 byl pro cestovní kancelář BON TON, s. r. o., ze všech sledovaných let, jež byly podrobeny finančnímu rozboru, nejrizikovější a nejztrátovější. Tržby v tomto roce zaznamenaly největší pokles z celého sledovaného období. Což bylo způsobeno především nižším počtem klientů cestovní kanceláře, kteří s největší pravděpodobností utráceli méně peněz za nepotřebné služby, jako je dovolená, díky všudypřítomné nejistotě. Dalším důvodem byl podstatně nižší zájem o zájezdy do Řecka, které bylo krizí také postižené. Tento fakt výrazně ovlivnil hospodaření CK. Právě zájezdy do Řecka mají v CK dominantní postavení a tvoří téměř 50 % všech uskutečňovaných zájezdů. Krize v Řecku byla svého nejbouřlivějšího času velmi medializována, a zájemci o dovolenou tak neměli nejmenší chuť cestovat do země, kterou sužovaly značné nepokoje. Prodloužila se také doba splácení pohledávek od věřitelů. Míra zadlužení CK BON TON, s. r. o., v roce 2009 vzrostla na základě zvýšení krátkodobých závazků společnosti. Tento nárůst byl způsoben především nedostatkem finančních prostředků. Snížení tržeb a také vyšší míra zadlužení přivedly prodloužení doby splácení závazků společnosti a také její nižší zisk. EBIT vykázal v roce 2009 hodnotu – 1 164 tis. Kč, tudíž značnou ztrátu.

Rok 2010 byl krizí také poznamenán, avšak ne v takové míře jako rok přecházející. Společnost byla schopna správně predikovat „slabší“ rok na základě zkušeností z krizového roku 2009 a přizpůsobit se tomuto stavu zavedením výše zmíněných opatření. Díky čemuž se nedostala v roce 2010 do tak rapidních ztrát jako v roce předešlém.

V roce 2011 se situace začala obracet k lepšímu. Cestovní kancelář se sice nedostala na úroveň předkrizového období, ale výsledky, kterých dosáhla, byly výrazně příznivější než v předchozích dvou letech krizového „boomu“.

Závěrem lze konstatovat, že recese nejvýznamněji oslabila hospodaření cestovní kanceláře v letech 2009 a 2010, přičemž rok 2009 byl postižen nejvíce. Ale i přes tento nepříznivý vývoj, způsobený krizí a poznamenaný značnými ztrátami, se dokázala cestovní kancelář BON TON, s. r. o., odrazit od pomyslného dna a udržet si svou dlouholetou pozici na českém trhu.

Seznam použité literatury

- 1) FOSTER, John Bellamy a MAGDOFF, Fred. *Velká finanční krize: příčiny a následky*. 1. české vyd. Všeň: Grimmer, ©2009. 156 s. Ekonomie. ISBN 978-80-902831-1-4.
- 2) HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
- 3) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- 4) JUREČKA, Václav a kol. *Makroekonomie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 332 s. Expert. ISBN 978-80-247-3258-9.
- 5) KISLINGEROVÁ, Eva. *Podnik v časech krize: jak se nedostat do potíží a jak se dostat z potíží - zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 206 s. ISBN 978-80-247-3136-0.
- 6) KNÁPKOVÁ, Adriana, PAVELKOVÁ, Drahomíra a ŠTEKER, Karel. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. 236 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-4456-8.
- 7) KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- 8) RŮČKOVÁ, Petra. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Grada, ©2011. 143 s. Finanční řízení. Finance. ISBN 978-80-247-3916-8.
- 9) RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- 10) SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla: po stopách lidského tážení od Gilgameše po finanční krizi*. 2. vyd. Praha: 65. pole, 2012. 367 s. ISBN 978-80-87506-10-3.4.

Internetové zdroje

- 11) FINANCE: finanční krize - jak to začalo. [online]. [cit. 2013-02-24]. Dostupné z:
<http://www.finance.cz/zpravy/finance/195113-financni-krize-jak-to-zacalo/>
- 12) JUSTICE: obchodní rejstřík a sbírka listin. [online]. [cit. 2013-03-15]. Dostupné z:
<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl?subjektId=isor%3a304631&klic=cy45pd>

Interní informace

Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2006
Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2007
Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2008
Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2009
Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2010
Účetní závěrka CK Bon Ton, s. r. o., pro rok 2011

Seznam zkratk

A	celková aktiva
CA	cestovní agentura
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
CZ	cizí zdroje
ČPK	čistý pracovní kapitál
ČR	Česká republika
Fed	centrální bankovní systém Spojených států amerických
EAT	čistý zisk (po zdanění)
EBIT	zisk před zdaněním a úroky
EBT	zisk před zdaněním
KBU	krátkodobé bankovní úvěry
KZ	krátkodobé závazky
NU	nákladové úroky
OA	oběžná aktiva
T	tržby
tzv.	tak zvaný
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Světová turistická organizace)
V	výnosy

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

Ve Valašském Meziříčí dne 10. května 2013

.....
jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha č. 1 Rozvaha CK BON TON, s. r. o., strana aktiv za období let 2006 – 2011 v tis. Kč

Příloha č. 2 Rozvaha CK BON TON, s. r. o., strana pasiv za období let 2006 – 2011 v tis. Kč

Příloha č. 3 Výkaz zisku a ztráty CK BON TON, s. r. o., za období let 2006 – 2011 v tis. Kč

Příloha č. 4 Horizontální analýza rozvahy CK BON TON, s. r. o., strana aktiv pro období let 2006 – 2011 v tis. Kč

Příloha č. 5 Horizontální analýza rozvahy CK BON TON, s. r. o., strana aktiv pro období let 2006 – 2011 v %

Příloha č. 6 Horizontální analýza rozvahy CK BON TON, s. r. o., strana pasiv pro období let 2006 – 2011 v tis. Kč

Příloha č. 7 Horizontální analýza rozvahy CK BON TON, s. r. o., strana pasiv pro období let 2006 – 2011 v %

Příloha č. 8 Horizontální analýza výkazu zisku a ztráty CK BON TON, s. r. o., pro období let 2006 – 2011 v %

